



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ LUDZI MŁODYCH

2022

SZANSE I BARIERY W ZAKRESIE WIEDZY, PRZEKONAŃ
I POSTRZEGANIA UWARUNKOWAŃ ZEWNĘTRZNYCH

ORGANIZATOR PROGRAMU



PARTNER MERYTORYCZNY



WSPÓŁPRACA



PROGRAM FINANSOWANY ZE ŚRODKÓW CITI FOUNDATION



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ LUDZI MŁODYCH



Fundacja Kronenberga
citi handlowy



Prowadzenie biznesu jest dużym wyzwaniem, wymaga zaangażowania, wiedzy i wytrwałości. Sytuacja społeczno-polityczna, gospodarcza, jak również dynamiczne zmiany w świecie nowoczesnych technologii sprawiają, że trudno planować długofalowe działania, prognozować trendy, podejmować decyzje.

W porównaniu do innych grup objętych badaniem, młodzi wyróżniają się innowacyjnością – ta cecha dominuje też wśród przedsiębiorców „z chęci” (w opozycji do tych „z konieczności”) oraz osób planujących otwarcie własnego biznesu. Z badania wynika też, że najważniejszą motywacją w karierze zawodowej jest zarabianie pieniędzy oraz poczucie wolności i samodzielności, które daje prowadzenie własnej firmy.

Młodzi przedsiębiorcy rozumieją, że dzisiejsze turbulentne czasy wymagają od biznesu elastyczności, szukania szans, wchodzenia na nowe tory. Potrzebują wsparcia w rozwijaniu elastycznych modeli biznesowych, zwinnego reagowania na zmianę i wchodzenia w nowe obszary z odwagą. Tutaj mogą liczyć na Fundację Think!, która pomaga im nie tylko dopasować się do obecnych czasów, ale wręcz je wyprzedzić. Wychodząc na przeciw potrzebom młodych, prowadzimy warsztaty i spotkania z ekspertami, praktykami biznesu, jak również mentoring, które są źródłem cennej wiedzy oraz inspiracji.

Serdecznie zachęcam do zapoznania się z raportem, wierząc, że pozwoli on lepiej poznać młodych polskich przedsiębiorców, ich cechy, motywacje oraz postrzeganie sytuacji gospodarczej.

Życzę interesującej lektury.



*Anna Bichta
Prezes
Fundacja Rozwoju Społeczeństwa
Wiedzy Think!*

■ PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ LUDZI MŁODYCH

Wewnętrzna motywacja to jeden z kluczowych czynników wpływających na sukces zawodowy, niezależnie czy dotyczy samozatrudnionych czy nie.

Jak wynika z poniższego raportu, to właśnie chęć prowadzenia własnego biznesu zwiększa prawdopodobieństwo stabilnych przychodów lub ich wzrostu i rozwoju firmy. Wyniki badania jasno wskazują, że młodzi przedsiębiorcy „z chęci” częściej niż przedsiębiorcy z konieczności odnotowują stabilność przychodów, są w stanie generować ich wzrost, a także rozwijać prowadzoną firmę.

Decyzja dotycząca prowadzenia własnego przedsiębiorstwa jest także obciążona lękami – warto podkreślić, że świadomość potencjalnych zagrożeń może mieć również pozytywny wpływ na biznes. Młodzi właściciele firm wskazywali najczęściej obawy związane z poniesieniem porażki oraz utratą pieniędzy, a także brak poczucia bezpieczeństwa oraz dużą odpowiedzialność spoczywającą na ich barkach.

Warto traktować założenie własnej firmy jako jeden z możliwych scenariuszy naszej kariery. Tym, co ma niebagatelne znaczenie w jego realizacji, jest przekonanie co do słuszności podjętego wyboru. Ta perspektywa pozwala osiągnąć większą proaktywność, ale także pewność dotyczącą podejmowanych działań i decyzji.

Jak obrazuje poniższa analiza, taka postawa pozwala nie tylko na osiąganie sukcesów, ale również wpływa na zmniejszenie prawdopodobieństwa wystąpienia kryzysowych momentów w działalności firmy.



Sebastian Perczak
szef Pionu Bankowości Przedsiębiorstw
Citi Handlowy

■ CEL, PYTANIA BADAWCZE I OGÓLNE ZAŁOŻENIA

Celem badania było poznanie przedsiębiorczości młodych ludzi i uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Jak młodzi przedsiębiorcy oceniają obecną sytuację gospodarczą i własną sytuację zawodową?
- Jakie są ich zdaniem bariery przedsiębiorczości młodych ludzi?
- Czy młodych przedsiębiorców wyróżniają jakieś cechy, motywów lub poglądy?
- Skąd młodzi przedsiębiorcy czerpią swoją wiedzę?
- W których obszarach brakuje wiedzy ludziom rozpoczynającym działalność gospodarczą?

■ PRZEBIEG BADANIA

Badanie przeprowadzone zostało w postaci wywiadu kwestionariuszowego z pytaniami zamkniętymi, realizowanego metodą CAWI (ang. computer assisted web interview) **na internetowym ogólnopolskim panelu badawczym Ariadna w dniach od 9 do 31 marca 2022 roku.** W panelu tym osoby badane w dogodnej porze logują się na własnych urządzeniach i wypełniają ankietę. Typowy czas wypełniania ankiety wyniósł 15.5 minuty (mediana).

■ UCZESTNICY BADANIA

W badaniu wzięło udział 800 osób w wieku od 20 do 75 lat. Uczestnicy byli zróżnicowani z uwagi na status zatrudnienia, wiek, staż prowadzenia firmy oraz płeć.

Rozkład próby jest następujący:

Status zatrudnienia	Wiek	Staż	Płeć	N
Przedsiębiorcy	do 35 lat	do 5 lat działalności	kobiety	100
			mężczyźni	100
		pow. 5 lat działalności	kobiety	50
	mężczyźni		50	
	pow. 35 lat	do 5 lat działalności	kobiety	50
			mężczyźni	50
pow. 5 lat działalności		kobiety	50	
	mężczyźni	50		
Pracownicy najemni	do 35 lat		kobiety	100
			mężczyźni	100
	pow. 35 lat		kobiety	50
			mężczyźni	50
Razem				800



Aby mówić, że pewne przekonania, postawy lub inne atrybuty są mniej lub bardziej charakterystyczne dla młodych przedsiębiorców, należy ich wyniki porównać z odpowiednimi grupami odniesienia. Wykonano dwa rodzaje analiz porównawczych na następujących grupach:

a) cztery grupy:

- młodzi (w wieku do 35 lat) przedsiębiorcy prowadzący biznesy nie dłużej niż 5 lat,
- przedsiębiorcy starsi, również prowadzący biznesy nie dłużej niż 5 lat,
- młodzi przedsiębiorcy o działalności gospodarczej powyżej 5 lat,
- młodzi pracownicy najemni.

b) cztery grupy wyodrębnione spośród młodych (w wieku do 35 lat) pracowników najemnych i młodych przedsiębiorców z działalnością do 5 lat:

- przedsiębiorcy z konieczności,
- przedsiębiorcy z chęci,
- przedsiębiorcy potencjalni,
- (pozostali) pracownicy najemni.

Grupy przedsiębiorców z chęci i z konieczności wyróżniono na podstawie pomiaru zaangażowania u przedsiębiorców w wieku do 35 lat, z działalnością gospodarczą nie dłuższą niż 5 lat. Przedsiębiorcy z chęci odczuwają satysfakcję z prowadzonej działalności, chętnie poświęcają czas firmie, są nastawieni na jej wzrost i rozwój, mają pozytywny stosunek do prowadzenia biznesu. Przedsiębiorcy z konieczności pracują „na swoim” tylko dlatego, że własna firma się im opłaca lub jest dla nich jedynym sposobem zarabiania pieniędzy. Są mało zaangażowani w biznes, firmę najchętniej by zamknęli, gdyby mieli możliwość podjęcia podobnej pracy „dla kogoś”. Z kolei przedsiębiorców potencjalnych zidentyfikowano wśród pracowników najemnych na podstawie pomiaru intencji przedsiębiorczych. Są to osoby, które chcą i planują rozpoczęcie biznesu w niedalekiej przyszłości.



PODSUMOWANIE



Fundacja Kronenberga
citi handlowy



Jak młodzi przedsiębiorcy oceniają obecną sytuację gospodarczą i własną sytuację zawodową?

- 62% respondentów uznało, że obecna sytuacja gospodarcza jest w naszym kraju bardzo zła lub raczej zła, 73% uznało, że w ciągu najbliższych 12 miesięcy bardzo się pogorszy lub raczej się pogorszy. Młodzi początkujący przedsiębiorcy i pracownicy najemni są nieco większymi optymistami niż przedsiębiorcy starsi i z dłuższym stażem.
- Respondenci własną sytuację zawodową oceniali zdecydowanie korzystniej niż ogólną sytuację gospodarczą w kraju. Pozytywnych ocen bieżącej kondycji finansowej firmy było wśród młodych przedsiębiorców więcej niż wśród przedsiębiorców starszych i o dłuższym stażu. Podobnie, wśród młodych przedsiębiorców jest więcej osób spodziewających się poprawy kondycji swojej firmy niż wśród przedsiębiorców starszych i o dłuższym stażu.
- Najwięcej pozytywnych ocen uzyskano od przedsiębiorców potencjalnych i przedsiębiorców z chęci. W grupach tych ponad połowa respondentów pozytywnie ocenia swoją obecną i przyszłą sytuację finansową.
- Wszyscy respondenci raczej negatywnie ocenili wpływ zmian podatkowych w ramach programu „Polski Ład” (2.45 na skali 1-5), następstw wojny w Ukrainie (2.57) i pandemii COVID-19 (2.84). Grupą najczęściej wskazującą poprawę własnej sytuacji zawodowej w czasie tych zdarzeń byli przedsiębiorcy potencjalni, czyli młodzi pracownicy najemni mający intencję podjęcia działalności gospodarczej w przyszłości.
- W porównaniu do przedsiębiorców starszych i o dłuższym stażu, młodzi przedsiębiorcy częściej odnotowują wzrost przychodów i wskazują, że przychody ich firm są stabilne, a rzadziej, że ich firmy są w kryzysie.

Jakie są ich zdaniem bariery przedsiębiorczości młodych ludzi?

- Od podjęcia własnej działalności gospodarczej, zdaniem respondentów, najczęściej powstrzymują obawy przed poniesieniem porażki, utratą pieniędzy, brak poczucia bezpieczeństwa i odpowiedzialność, jaka ciąży na przedsiębiorcy. Do całkiem częstych wyzwań należą także: nierównowaga między życiem zawodowym i prywatnym, obawa przed konkurencją oraz osamotnienie w działaniach.



PODSUMOWANIE



- Młodzi przedsiębiorcy rzadziej niż przedsiębiorcy starsi lub o dłuższym stażu wskazywali obawę przed utratą pieniędzy, a podobnie często pozostałe bariery.
- Respondenci zgadzają się z opinią, że przedsiębiorcy są gotowi na rzecz pracy i kariery do poświęceń, szczególnie w obszarze swojego życia prywatnego. Niezbyt popularny jest pogląd, że przedsiębiorcy postrzegają biznes jako coś zespołowego. Całkiem częste były opinie o tym, że przedsiębiorcy chcą prowadzić biznesy do końca życia, ale też, że chcą szybko zarobić dużo pieniędzy.
- Najczęściej wskazywanymi wyzwaniami, z którymi zdaniem respondentów muszą się mierzyć przedsiębiorcy, są: sytuacja społeczno-gospodarcza (zmiany w prawie, inflacja, wzrost kosztów), kwestie prawne i podatkowe, a także niepewność i zagrożenia związane z pandemią COVID-19 oraz utrzymanie płynności finansowej.

Czy młodych przedsiębiorców wyróżniają jakieś cechy, motywy lub poglądy?

- U przedsiębiorców starszych zaobserwować można nieco wyższy poziom wiary w siebie niż u przedsiębiorców młodszych. Mają oni wyższe poczucie własnej skuteczności, przekonanie, że są w stanie wykonywać zadania i osiągać zamierzone cele.
- Młodzi przedsiębiorcy częściej natomiast podejmują działania innowacyjne niż pracownicy najemni. Przedsiębiorcy młodzi przejawiają wyższą aktywność innowacyjną i prowadzą bardziej innowacyjne firmy niż przedsiębiorcy starsi i o dłuższym stażu.
- Przedsiębiorcy z konieczności podobni są do pracowników najemnych, a przedsiębiorcy z chęci – do przedsiębiorców potencjalnych, czyli pracowników z intencjami przedsiębiorczymi. Zwraca uwagę: niższa wiara w siebie u pracowników i młodych przedsiębiorców z konieczności oraz wyższy poziom tej cechy wśród młodych przedsiębiorców z chęci i potencjalnych młodych przedsiębiorców. Podobnie niższa jest aktywność innowacyjna pracowników i młodych przedsiębiorców z konieczności, a wyższa przedsiębiorców z chęci i potencjalnych przedsiębiorców.
- Wszystkim respondentom mniej ważną wydaje się tematyka proekologiczna (średnia ocena 3.20 na skali 1-5) i zarządzanie różnorodnością (3.29), ważniejsze natomiast wydają się prawa człowieka (3.69) i równowaga między życiem prywatnym a zawodowym (3.80). Przedsiębiorcy z konieczności bliżsi są w swych poglądach na temat przedsiębiorczości pracownikom najemnym, a przedsiębiorcy z chęci – przedsiębiorcom potencjalnym.



PODSUMOWANIE



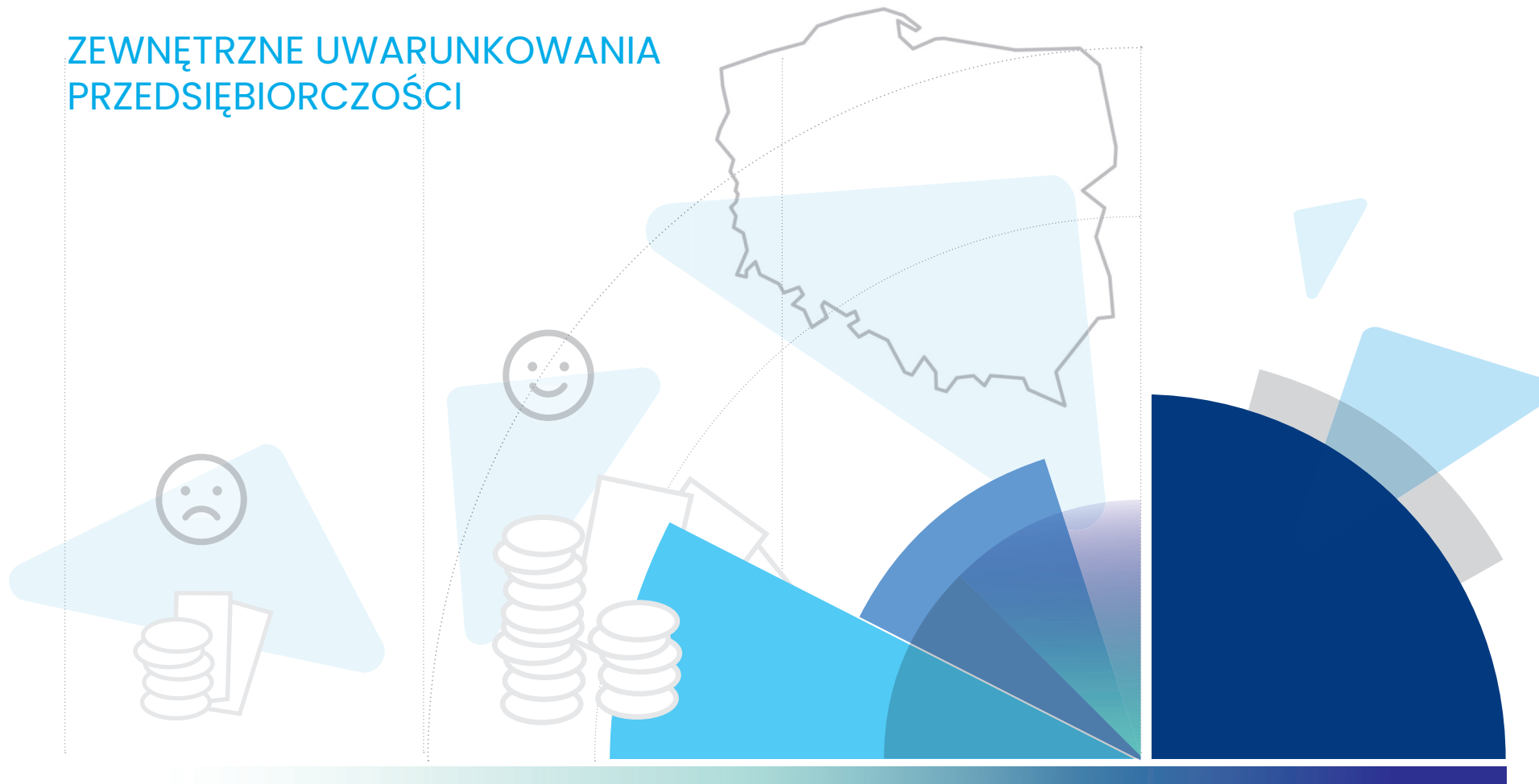
- Dla wszystkich respondentów najważniejsza jest w karierze zawodowej motywacja finansowa (3.32 na skali 1-4), następnie motywacja wolności i samodzielności (3.19), a najmniej ważna jest motywacja społeczna (2.84). Taka hierarchia motywów powtarza się w czterech porównywanych grupach, niemniej jednak motywacja wolności i samodzielności jest nieco silniejsza u młodych przedsiębiorców niż u młodych pracowników najemnych.
- Poza tym, by zapewnić sobie bezpieczeństwo materialne i zarabiać więcej pieniędzy na życie, młodzi przedsiębiorcy chcą najczęściej panować nad własnym czasem, móc dostosowywać czas pracy do życia prywatnego, mieć swobodę w organizowaniu własnej pracy oraz uczyć się i zdobywać nowe doświadczenia.

Skąd młodzi przedsiębiorcy czerpią swoją wiedzę i w których obszarach ich zdaniem jej brakuje ludziom rozważającym lub rozpoczynającym działalność gospodarczą?

- Respondenci nowe kompetencje w zakresie pracy i kariery zdobywali najczęściej, wykorzystując dostępne w sieci kursy, filmy i artykuły (średnia ocena 3.54 na skali 1-5), a także webinaria, kursy, szkolenia i konferencje (3.29) oraz w ramach studiów kierunkowych (3.12).
- Podobnie jest w przypadku młodych przedsiębiorców, wśród których najpopularniejszym sposobem zdobywania i poszerzania nowych kompetencji było korzystanie z zasobów sieci (65%), udział w webinarach, kursach, szkoleniach i konferencjach (52%), a rzadziej – studia kierunkowe (44%) oraz sieć kontaktów biznesowych i networking (38%).
- Młodzi potencjalni przedsiębiorcy oraz przedsiębiorcy z chęci intensywniej niż pozostałe grupy korzystają ze wszystkich możliwych sposobów zdobywania i poszerzania kompetencji. Najbardziej wykorzystywanymi przez nich źródłami są zasoby sieciowe: wskazuje je trzech na czterech przedsiębiorców z chęci lub przedsiębiorców potencjalnych. Mniej więcej dwóch na trzech przedsiębiorców z chęci lub potencjalnych bierze udział w webinarach, kursach, szkoleniach i konferencjach.
- Młodzi przedsiębiorcy najczęściej wskazywali, że początkującym przedsiębiorcom lub ludziom, którzy chcieliby założyć własną firmę, najbardziej brakuje wiedzy w zakresie prawa pracy, podatkowego itp. (51%), budżetowania i rachunkowości (48%) oraz finansowania działalności i pozyskiwania środków (43%), a także planowania działalności firmy (40%). Często wskazywano także umiejętność zarządzania firmą i zespołem (35%) oraz budowania relacji biznesowych (21%).

1.

ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

1.1. Ocena obecnej i przyszłej sytuacji gospodarczej

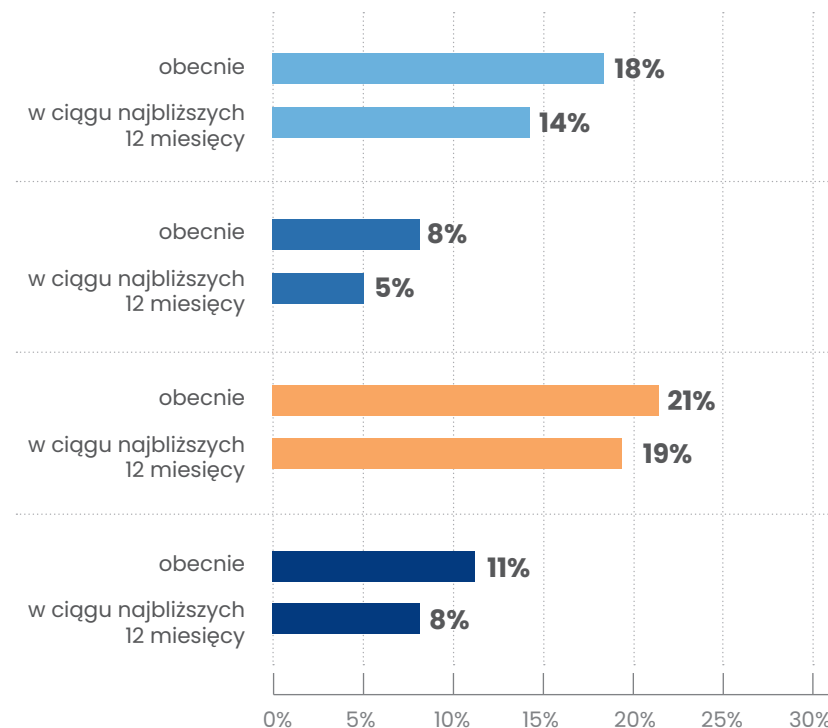
62% respondentów uznało, że obecna sytuacja gospodarcza jest w naszym kraju bardzo zła lub raczej zła, 73% uznało, że w ciągu najbliższych 12 miesięcy bardzo się pogorszy lub raczej się pogorszy.

Młodzi początkujący przedsiębiorcy i pracownicy najemni są nieco większymi optymistami niż przedsiębiorcy starsi i z dłuższym stażem. Pozytywnych ocen sytuacji bieżącej jest w grupie młodych pracowników (21%) i przedsiębiorców (18%) więcej, niż wśród przedsiębiorców starszych (8%) i o dłuższym stażu (11%). Grupy te oczekują poprawy sytuacji gospodarczej w ciągu najbliższych 12 miesięcy w większym stopniu (19% i 14%), niż przedsiębiorcy starsi (5%) i o dłuższym stażu (8%).

- młodzi przedsiębiorcy
- przedsiębiorcy starsi
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy o długim stażu

Ocena sytuacji gospodarczej w naszym kraju

% osób w grupie wskazujących, że „bardzo dobra/bardzo się poprawi” lub „raczej dobra/raczej się poprawi”

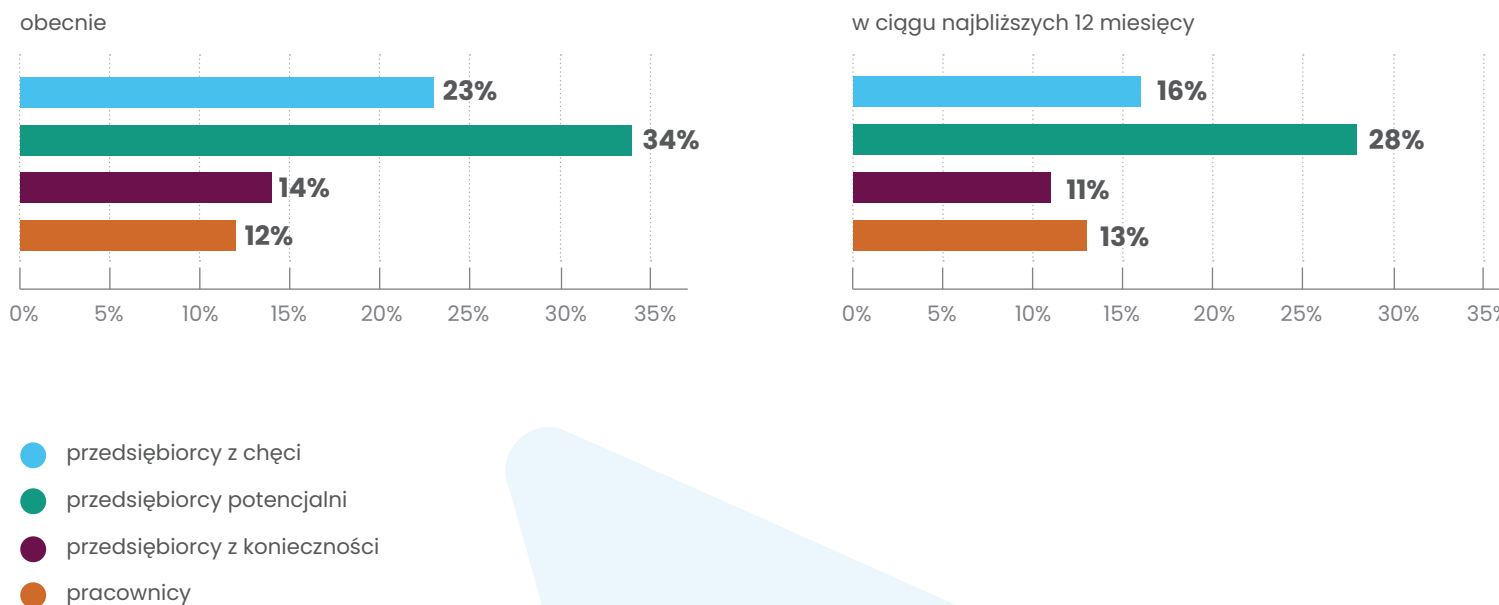


1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Optymistyczne oceny najczęściej były uzyskiwane wśród potencjalnych młodych przedsiębiorców (34% i 28%) oraz młodych przedsiębiorców z chęci (23% i 16%):

Ocena sytuacji gospodarczej w naszym kraju

% osób w grupie wskazujących, że „bardzo dobra/bardzo się poprawi” lub „raczej dobra/raczej się poprawi”



1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

1.2. Ocena własnej sytuacji zawodowej respondentów

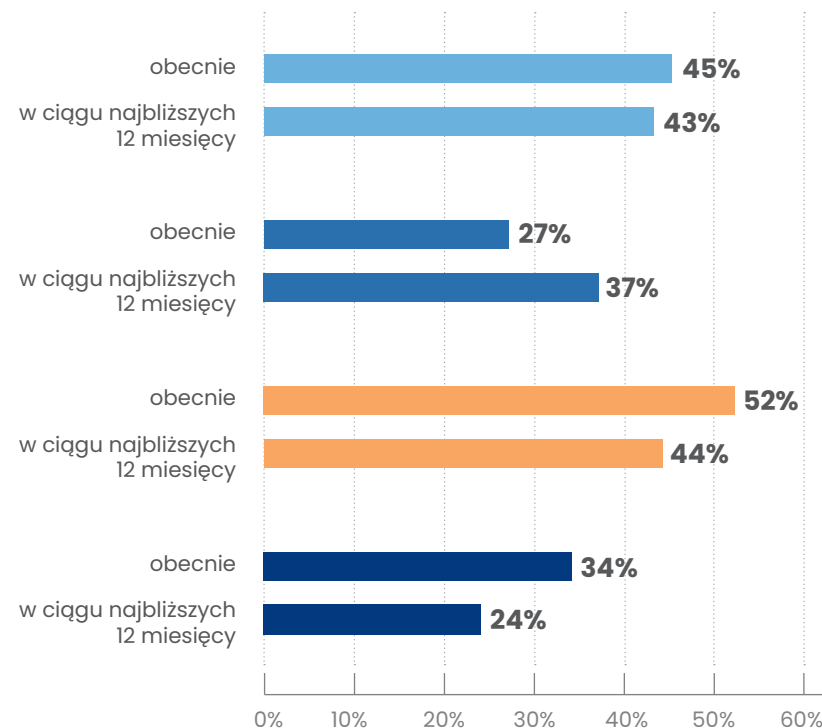
Respondenci własną sytuację zawodową oceniali zdecydowanie korzystniej niż ogólną sytuację gospodarczą w kraju:

- Ogółem uczestnicy badania ocenili swoją bieżącą sytuację zawodową lub kondycję firmy na 3.29, a sytuację w ciągu najbliższych 12 miesięcy na 3.12, co oznacza raczej ocenę neutralną i oczekiwanie braku zmian w tym zakresie.
- Wśród ocen własnej sytuacji – bieżącej i przyszłej – oceny negatywne były w mniejszości. Ogółem tylko 17% respondentów uznało, że ich obecna sytuacja zawodowa lub kondycja finansowa ich firmy jest bardzo zła lub raczej zła; tylko 24% uznało, że w ciągu najbliższych 12 miesięcy bardzo się pogorszy lub raczej się pogorszy.
- Pozytywnych ocen bieżącej kondycji finansowej firmy jest w grupie młodych przedsiębiorców (45%) więcej niż wśród przedsiębiorców starszych (27%) i o dłuższym stażu (34%). Podobnie, młodzi przedsiębiorcy oczekują poprawy kondycji swojej firmy w większym stopniu (43%) niż przedsiębiorcy starsi (37%) i o dłuższym stażu. (24%).

- młodzi przedsiębiorcy
- przedsiębiorcy starsi
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy o długim stażu

Ocena kondycji finansowej firmy według przedsiębiorców i ocena własnej sytuacji zawodowej według pracowników najemnych

% osób w grupie wskazujących „bardzo dobra i raczej dobra” oraz „bardzo się poprawi i raczej się poprawi”



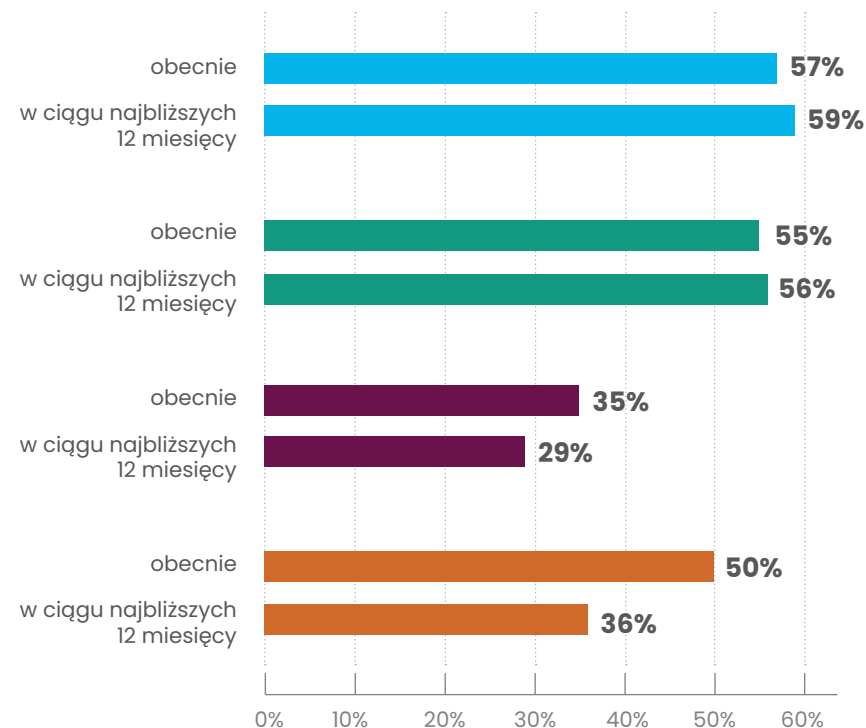
1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Przedsiębiorcy potencjalni i przedsiębiorcy z chęci są większymi optymistami niż przedsiębiorcy z konieczności i pozostali pracownicy w zakresie własnej sytuacji zawodowej lub kondycji swojej firmy, zarówno tej obecnej, jak i przyszłej. W grupach tych ponad połowa respondentów pozytywnie ocenia swoją obecną i przyszłą sytuację finansową.

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy potencjalni
- przedsiębiorcy z konieczności
- pracownicy

Ocena kondycji finansowej firmy według przedsiębiorców i ocena własnej sytuacji zawodowej według pracowników najemnych

% osób w grupie wskazujących „bardzo dobra i raczej dobra” oraz „bardzo się poprawi i raczej się poprawi”



1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

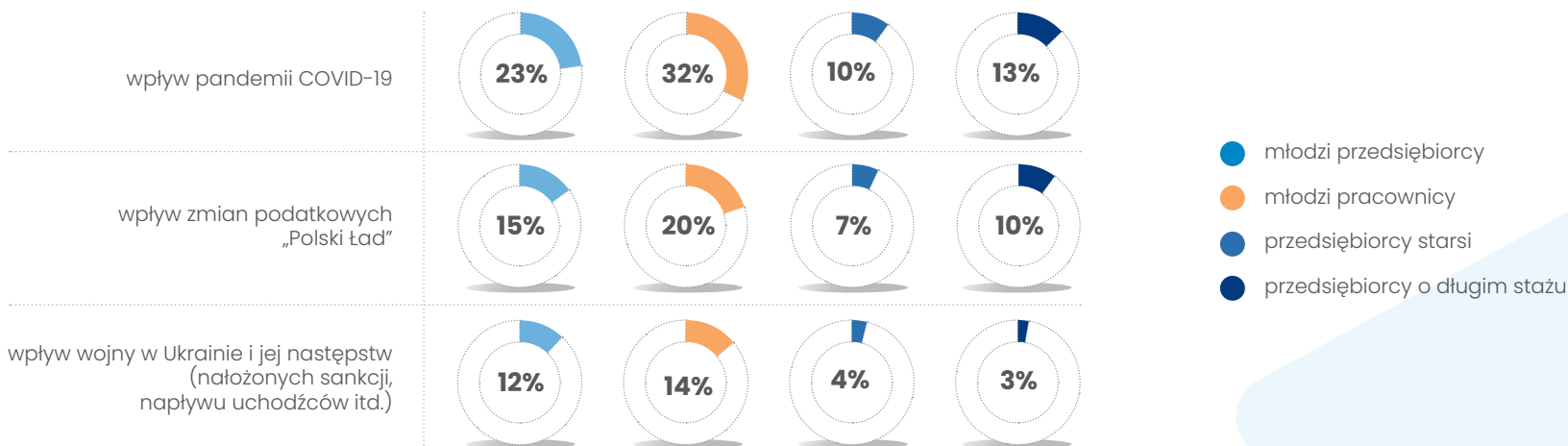
1.3. Ocena wpływu następstw specyficznych zdarzeń: pandemii, zmian podatkowych i wojny w Ukrainie

Ogółem, wszyscy respondenci ocenili wpływ tych trzech okoliczności na własną sytuację jako raczej negatywny (oceny poniżej środka skali równego 3). W całej próbie najniżej oceniono wpływ zmian podatkowych w ramach programu „Polski Ład” (2.45), w mniejszym stopniu – następstw wojny w Ukrainie (2.57), a w najmniejszym – wpływ pandemii (2.84).

Wśród młodych przedsiębiorców było więcej – niż wśród przedsiębiorców starszych i o dłuższym stażu – właścicieli firm, których sytuacja finansowa poprawiła się pod wpływem pandemii (23% vs 10% i 13%) lub którzy oczekują jej poprawy w efekcie zmian podatkowych „Polski Ład” (15% vs 7% i 10%) oraz następstw wojny w Ukrainie (12% vs 4 i 3%).

Wpływ okoliczności zewnętrznych na sytuację własnej firmy według przedsiębiorców i wpływ okoliczności zewnętrznych na sytuację własną według pracowników najemnych

% osób w grupie wskazujących, że „sytuacja bardzo się poprawiła” lub „raczej się poprawiła”

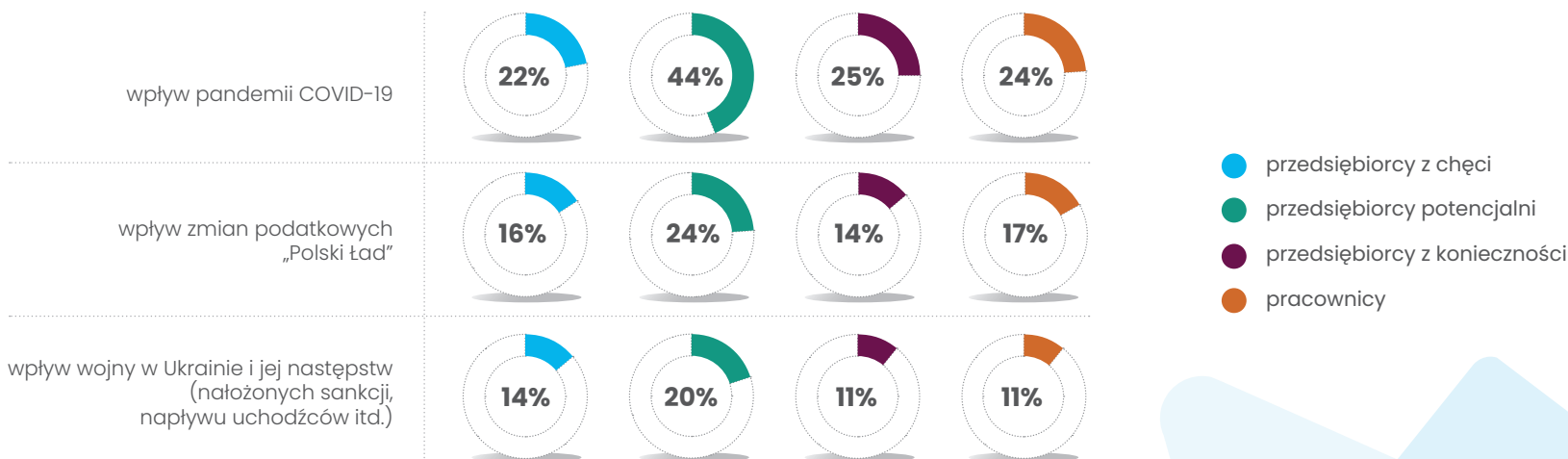


1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Grupą najczęściej wskazującą poprawę własnej sytuacji zawodowej w czasie tych zdarzeń byli przedsiębiorcy potencjalni, kolejno 44%, 24% i 20%. Może być tak, że korzystna sytuacja zawodowa, mimo niesprzyjających czynników zewnętrznych, skłania te osoby do rozważania „pracy na swoim” jako alternatywy w ich karierze zawodowej.

Wpływ okoliczności zewnętrznych na sytuację własnej firmy według przedsiębiorców i wpływ okoliczności zewnętrznych na sytuację własną według pracowników najemnych

% osób w grupie wskazujących, że „sytuacja bardzo się poprawiła” lub „raczej się poprawiła”



1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

1.4. Aktualna sytuacja firm badanych przedsiębiorców

Przedsiębiorcy młodzi w porównaniu z przedsiębiorcami starszymi i o dłuższym stażu:

- częściej odnotowują wzrost przychodów: 58% vs 41% i 39%,
- częściej wskazują, że przychody ich firm są stabilne: 66% vs 53% i 56%,
- rzadziej uznają, że ich firmy są w kryzysie: 20% vs 34% i 26%.

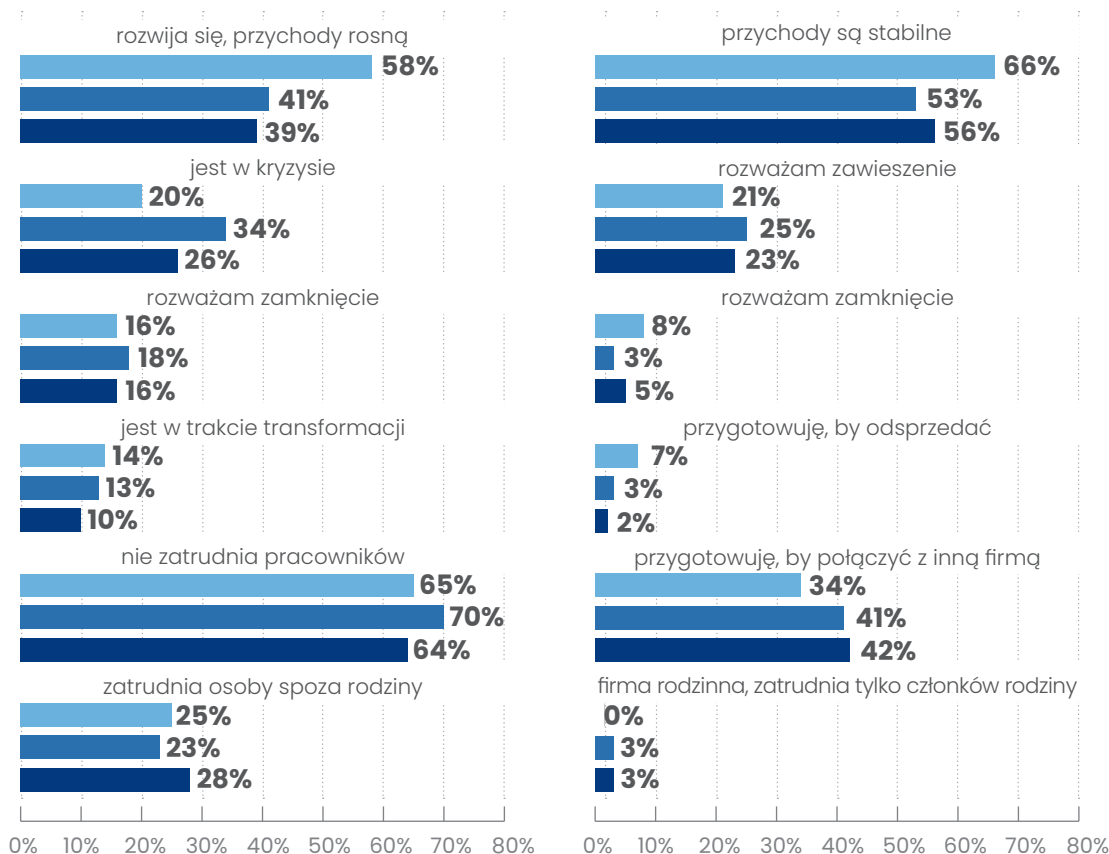
Młodzi przedsiębiorcy z chęci częściej niż przedsiębiorcy z konieczności odnotowują stabilność przychodów (71% vs 62%) oraz wzrost przychodów i rozwój firmy (75% vs 43%).

Wśród przedsiębiorców z chęci mniej firm jest w kryzysie (11% vs 28%). Znaczący odsetek przedsiębiorców z konieczności rozważa zawieszenie (29% vs 12%) lub zamknięcie firmy (25% vs 5%).

- młodzi przedsiębiorcy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

Aktualna sytuacja firmy

% osób w grupie wskazujących daną charakterystykę firmy



1. ZEWNĘTRZNE UWARUNKOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

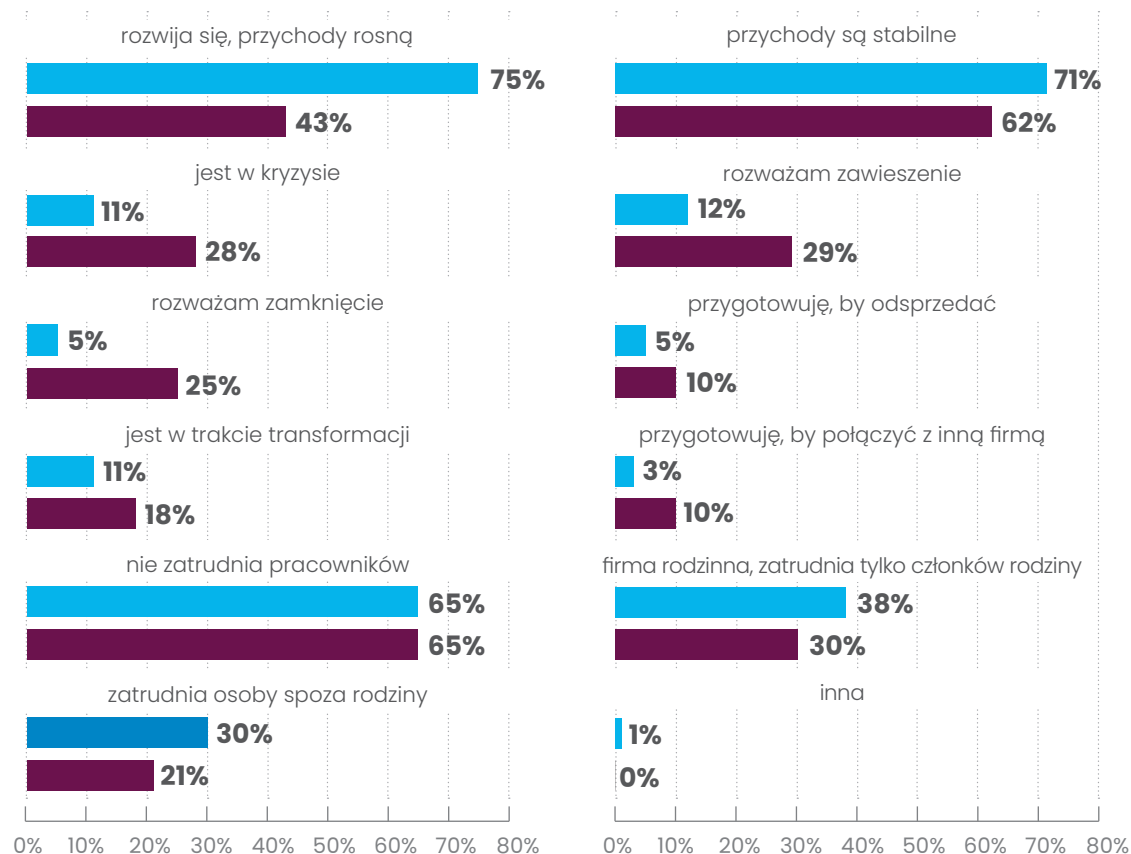
Młodzi przedsiębiorcy z chęci częściej niż przedsiębiorcy z konieczności odnotowują stabilność przychodów (71% vs 62%) oraz wzrost przychodów i rozwój firmy (75% vs 43%).

Wśród przedsiębiorców z chęci mniej firm jest w kryzysie (11% vs 28%). Znaczący odsetek przedsiębiorców z konieczności rozważa zawieszenie (29% vs 12%) lub zamknięcie firmy (25% vs 5%).

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy z konieczności

Aktualna sytuacja firmy

% osób w grupie wskazujących daną charakterystykę firmy



2.

BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI





2. BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



Fundacja Kronenberga
citi handlowy



2.1. Subiektywne odczucia i relacje z otoczeniem

Zdaniem respondentów ludzi najczęściej powstrzymują od podjęcia własnej działalności gospodarczej:

- obawa przed poniesieniem porażki (60%),
- obawa przed utratą pieniędzy (59%),
- brak poczucia bezpieczeństwa (44%) oraz
- odpowiedzialność przedsiębiorcy (41%).

Najczęściej wskazywane bariery odnoszące się do relacji z innymi to:

- nierównowaga między życiem zawodowym i prywatnym (26%),
- obawa przed konkurencją (26%), a także
- osamotnienie w działaniach (19%).

2. BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Młodzi przedsiębiorcy częściej niż młodzi pracownicy wskazywali brak poczucia bezpieczeństwa (48 vs 34%), obawę przed poniesieniem porażki (60% vs 51%) i odpowiedzialność przedsiębiorcy (41 vs 31%), natomiast rzadziej obawy przed konkurencją (24% vs 28%) i problem utrzymania dobrych relacji z bliskimi i rodziną (6% vs 12%). Wskazania te można wytłumaczyć tym, że dla samych początkujących przedsiębiorców liczne czynności i decyzje związane z prowadzeniem firmy są obciążające: są oni za nie odpowiedzialni, a nie mogą być pewni ich wyniku.

Młodzi przedsiębiorcy rzadziej niż przedsiębiorcy starsi lub o dłuższym stażu wskazywali obawę przed utratą pieniędzy (51% vs 70% i 68%), a podobnie często pozostałe bariery. Początkujący przedsiębiorcy są gotowi ponosić większe koszty na początku działalności. Wygląda też na to, że wraz z doświadczeniem rośnie u przedsiębiorców świadomość ryzyka przedsięwzięć i możliwości poniesienia porażki przede wszystkim z powodów finansowych.

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

Bariery powstrzymujące ludzi od przedsiębiorczości: odczucia

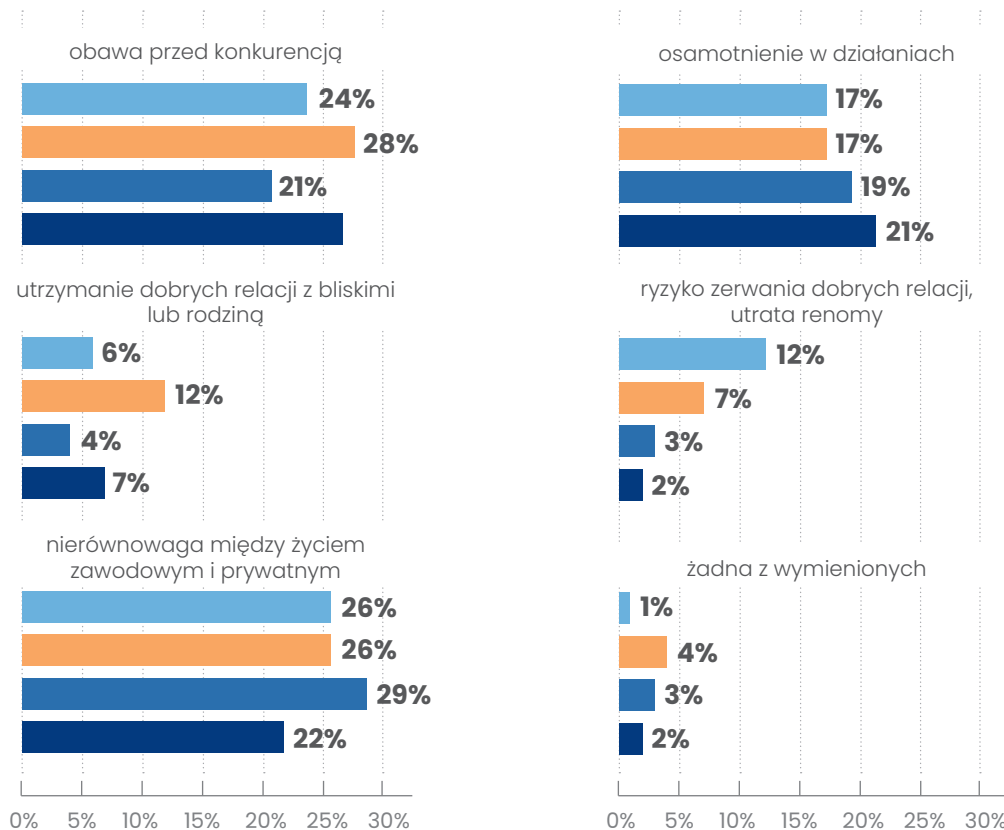
% osób w grupie wskazujących daną barierę



2. BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Bariery powstrzymujące ludzi od przedsiębiorczości: relacje

% osób w grupie wskazujących daną barierę



- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

2. BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

2.2. Opinie o przedsiębiorcach

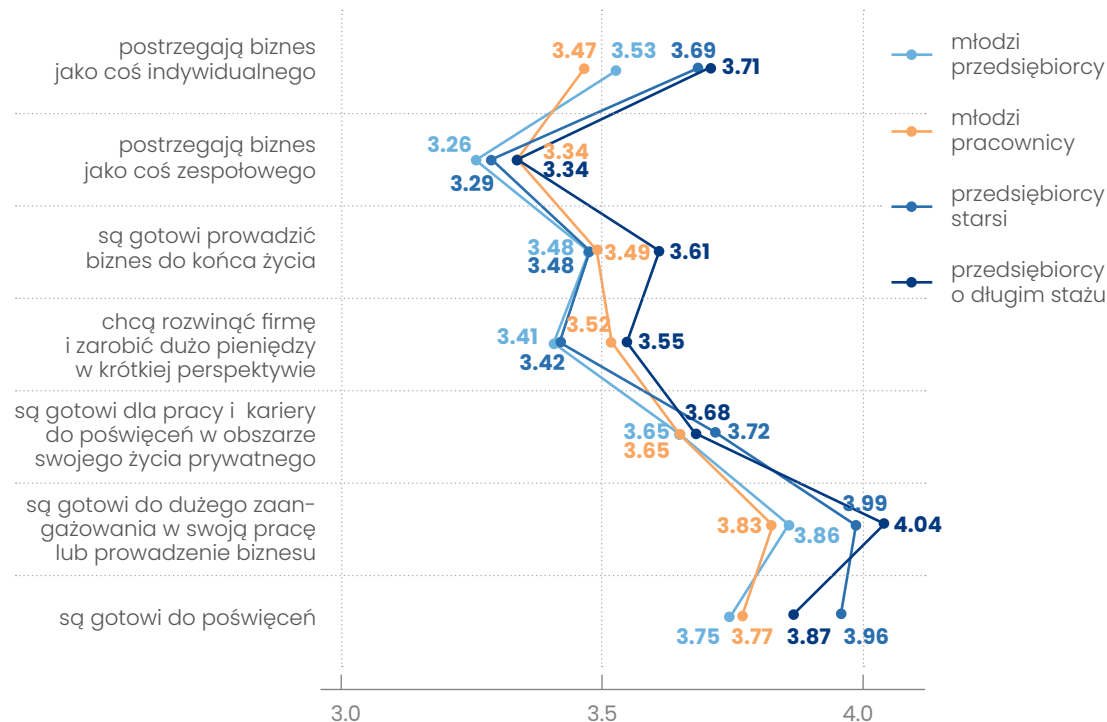
Najbardziej przychylnie był oceniony pogląd, że przedsiębiorcy są gotowi do poświęceń dla pracy i kariery (3.84), szczególnie w obszarze swojego życia prywatnego (3.71).

Respondenci w najmniejszym stopniu zgadzali się z tym, że przedsiębiorcy postrzegają biznes jako coś zespołowego (3.32); ocena, że postrzegają biznes jako coś indywidualnego była wyższa (3.58).

W porównaniu do przedsiębiorców młodych, przedsiębiorcy o dłuższym stażu, poza gotowością do poświęceń (3.87 vs. 3.75) i gotowością do zaangażowania w prowadzenie biznesu (4.04 vs. 3.86), wyżej od młodych przedsiębiorców ocenili, że ludzie prowadzący własne biznesy są gotowi prowadzić biznes do końca życia (3.61 vs. 3.48), ale też – że chcą rozwinąć firmę i zarobić dużo pieniędzy szybko i w krótkiej perspektywie (3.55 vs. 3.41). Wynik ten może wydawać się sprzeczny, ale da się go wyjaśnić tym, że wraz z doświadczeniem rośnie u przedsiębiorców świadomość tego, że przedsięwzięcia biznesowe prowadzą do sukcesów w długim terminie, ale wymagają czujności przedsiębiorczej i rozpoznawania okazji w działaniach codziennych.

Ludzie przedsiębiorczy i posiadający własne biznesy:

ocena na skali od 1 (zdecydowanie się nie zgadzam) do 5 (zdecydowanie się zgadzam)





2. BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



Fundacja Kronenberga
citi handlowy



2.3. Przekonania o tym, co jest najtrudniejsze w przedsiębiorczości

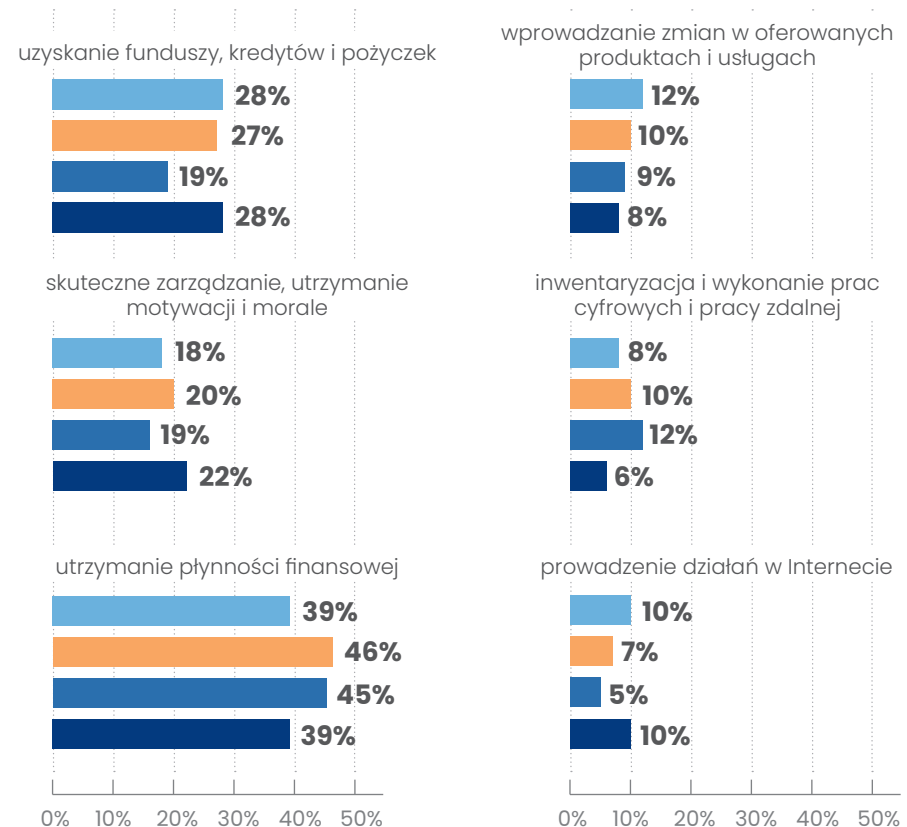
Najczęściej wskazywanymi trudnościami przez respondentów były sytuacja społeczno-gospodarcza (zmiany w prawie, inflacja, wzrost kosztów, 65% wskazań) oraz kwestie prawne i podatkowe (57%); często wskazywano także na niepewność i zagrożenia związane z pandemią COVID-19 (39%) oraz na finanse firmy: utrzymanie płynności finansowej (44%), uzyskanie funduszy, kredytów i pożyczek (27%) oraz utrzymanie sprzedaży i udziału w rynku (26%).

Pracownicy częściej niż przedsiębiorcy zwracali uwagę na problem utrzymania płynności finansowej (46% vs 39%), natomiast młodzi przedsiębiorcy – na sytuację gospodarczą (64% vs 52%), podobnie jak przedsiębiorcy starsi (73%) i o dłuższym stażu (71%). Te dwie ostatnie grupy wskazywały także na trudności związane z kwestiami prawnymi i podatkowymi (63% i 67% vs 51%).

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

Które z poniższych obszarów sprawiają największe trudności przedsiębiorcom w działalności gospodarczej:

% osób w grupie wskazujących daną kwestię

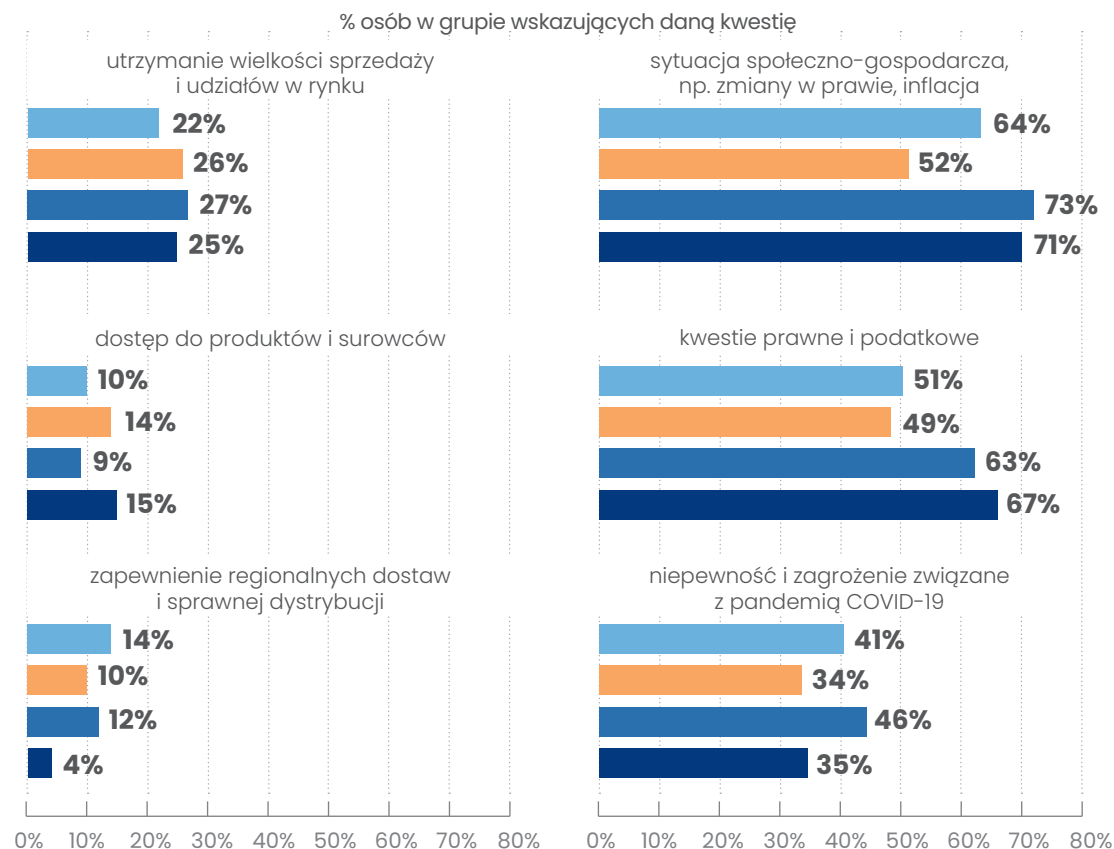


2. BARIERY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Uzyskane wyniki można zinterpretować w ten sposób, że zdaniem respondentów źródłem kłopotów są dla przedsiębiorców przeważnie zjawiska zachodzące w otoczeniu, na które nie mają oni wpływu. Natomiast obszary, które zależą od decyzji i kompetencji samych przedsiębiorców, są źródłem trudności w mniejszym stopniu.

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

Które z obszarów związanych z relacjami w zakresie społeczno-gospodarczym sprawiają największe trudności w działalności gospodarczej przedsiębiorcom:



3.

CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY



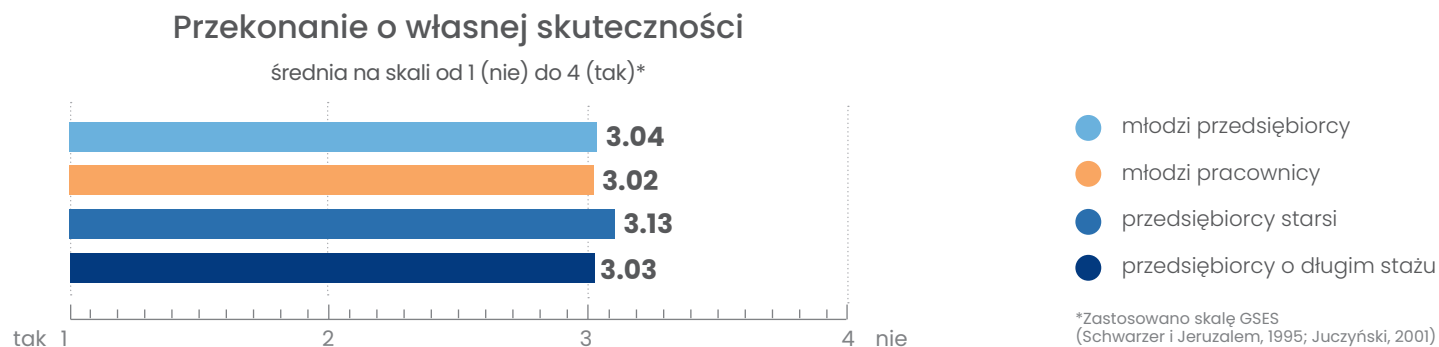
3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

Chociaż nie ma uniwersalnego profilu cech warunkujących sukces w biznesie, różne charakterystyki osobiste mogą wpływać na zamiary i postawy oraz sprzyjać efektywności różnych działań.

Przedsiębiorcy, szczególnie starsi i o dłuższym stażu, mają w pewnym stopniu predyspozycje osobiste sprzyjające współpracy, łatwości nawiązywania relacji z innymi ludźmi, wytrwałemu dążeniu do celów, poczuciu obowiązku oraz kontrolowaniu emocji w różnych sytuacjach. Posiadanie takich cech sprzyja utrzymaniu się w biznesie, ale o nim nie przesądza. Możliwe, że doświadczenia biznesowe gromadzone przez dłuższy czas wpływają na ludzi tak, że z czasem uczą się, jak radzić sobie z emocjami, współpracować, negocjować, organizować pracę i życie, wytrwale realizować cele itd.

U przedsiębiorców starszych zaobserwować można nieco wyższy poziom wiary w siebie niż u przedsiębiorców młodszych. Mają oni wyższe poczucie własnej skuteczności, przekonanie, że są w stanie wykonywać zadania i osiągać zamierzone cele.

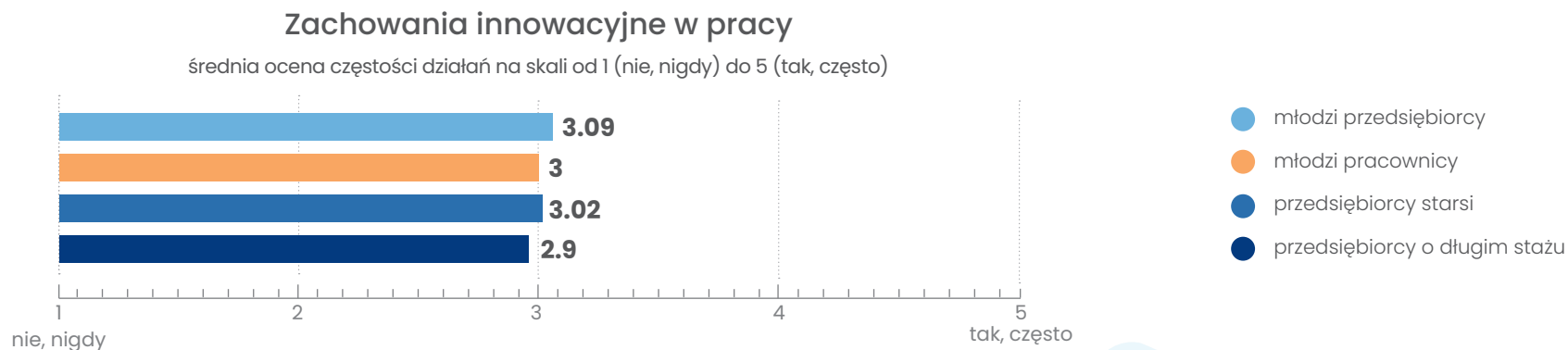
Chociaż można było przypuszczać, że początkujący przedsiębiorcy będą w mniejszym stopniu dostrzegać ryzyko w sytuacjach niepewnych, nie stwierdzono, by mieli oni niższą percepcję ryzyka niż przedsiębiorcy starsi lub bardziej doświadczeni.



3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

Młodzi przedsiębiorcy częściej niż pracownicy najemni podejmują działania innowacyjne (3.09 vs 3.00).

Przedsiębiorcy młodzi przejawiają wyższą aktywność innowacyjną niż przedsiębiorcy o dłuższym stażu i starsi (3.09 vs 3.02 i 2.90), ich firmy też są bardziej innowacyjne (2.85 vs 2.62 i 2.62), ale innowacyjność swoich firm oceniają niżej niż pracownicy najemni swoich pracodawców (2.85 vs 2.96).



*Zastosowano zmodyfikowane autorskie skale innowacyjności w pracy (Domurat, 2011)

3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

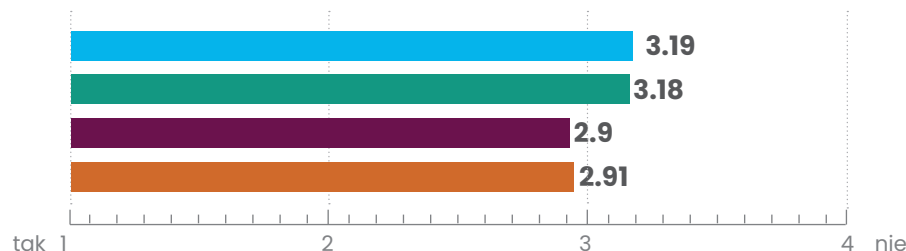
Przedsiębiorcy z konieczności podobni są do pracowników najemnych, a przedsiębiorcy z chęci – do przedsiębiorców potencjalnych, czyli pracowników z intencjami przedsiębiorczymi. Zwraca uwagę:

- Podobna, niższa wiara w siebie, rozumiana jako poczucie własnej skuteczności, pracowników (średnia 2.91) i młodych przedsiębiorców z konieczności (2.90) oraz wyższy poziom tej cechy wśród młodych przedsiębiorców z chęci (3.19) oraz potencjalnych młodych przedsiębiorców (3.18).
- Podobny, niższy poziom aktywności innowacyjnej pracowników (2.66) i młodych przedsiębiorców z konieczności (2.87), a wyższy – przedsiębiorców z chęci (3.34) i potencjalnych przedsiębiorców (3.51).

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy potencjalni
- przedsiębiorcy z konieczności
- pracownicy

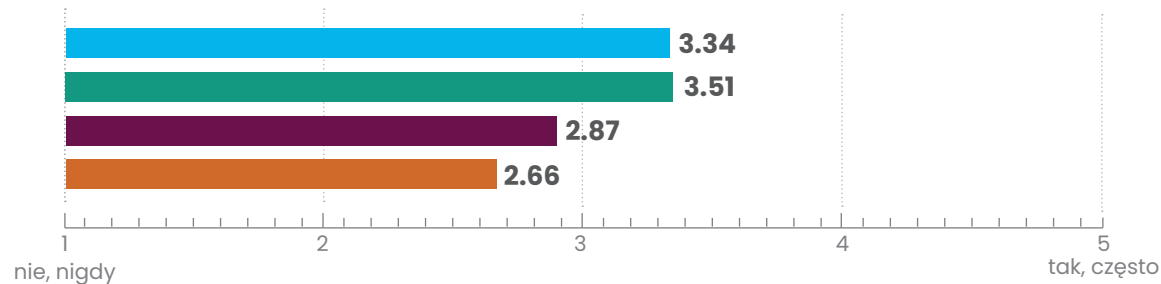
Przekonanie o własnej skuteczności

średnia na skali od 1 (nie) do 4 (tak)



Zachowania innowacyjne w pracy

średnia ocena częstości działań na skali od 1 (nie, nigdy) do 5 (tak, często)



3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

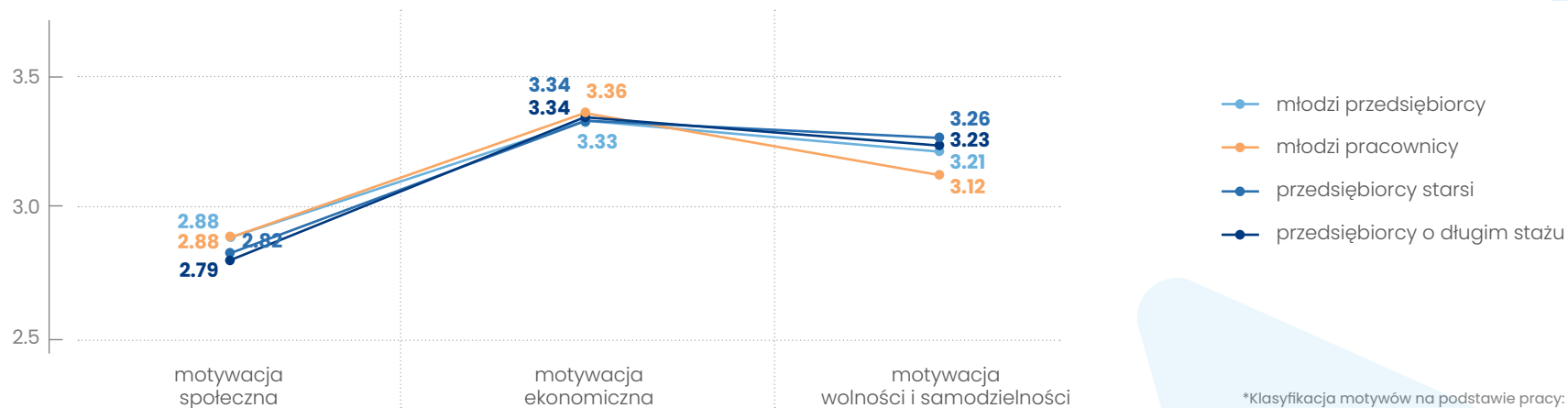
3.1. Motywy kariery zawodowej

Dla wszystkich respondentów najważniejsza jest w karierze zawodowej motywacja finansowa (3.32), następnie motywacja wolności i samodzielności (3.19), a najmniej ważna jest motywacja społeczna (2.84). Taka hierarchia motywów powtarza się w porównywanych czterech grupach.

Motywacja wolności i samodzielności jest nieco silniejsza u młodych przedsiębiorców niż u młodych pracowników najemnych (3.21 vs. 3.12).

Motywacja w karierze zawodowej

średnia ocena ważności motywów na skali od 1 (zdecydowanie nie) do 4 (zdecydowanie tak)*



*Klasyfikacja motywów na podstawie pracy: Domurat (2006)

3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY



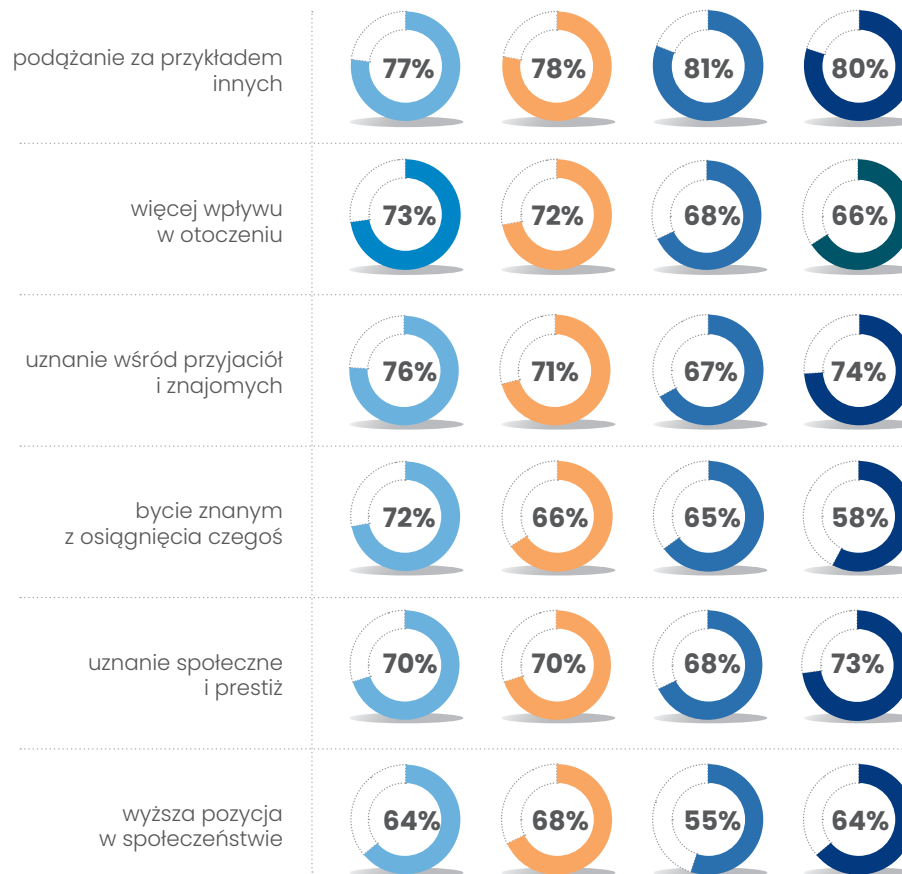
Poza tym, by zapewnić sobie bezpieczeństwo materialne (95%) i zarabiać więcej pieniędzy na życie (93%), młodzi przedsiębiorcy dążą do tego, by panować nad własnym czasem (94%), móc dostosowywać czas pracy do życia prywatnego, mieć swobodę w organizowaniu własnej pracy oraz uczyć się i zdobywać nowe doświadczenia (po 92% wskazań).

Młodzi przedsiębiorcy rzadko wskazywali motywy takie jak zdobycie wyższej pozycji w społeczeństwie (64%) i zdobycie uznania społecznego oraz prestiżu dla własnej rodziny (70%). Relatywnie częściej niż przedsiębiorcy starsi i o dłuższym stażu wskazywali dążenia do tego, by „mieć więcej wpływu w otoczeniu” (73% vs 68 i 66) i „być znanym z osiągnięcia czegoś” (72% vs 65% i 58%).

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

Motywy społeczne

% wskazań „raczej ważne” lub „ważne”*



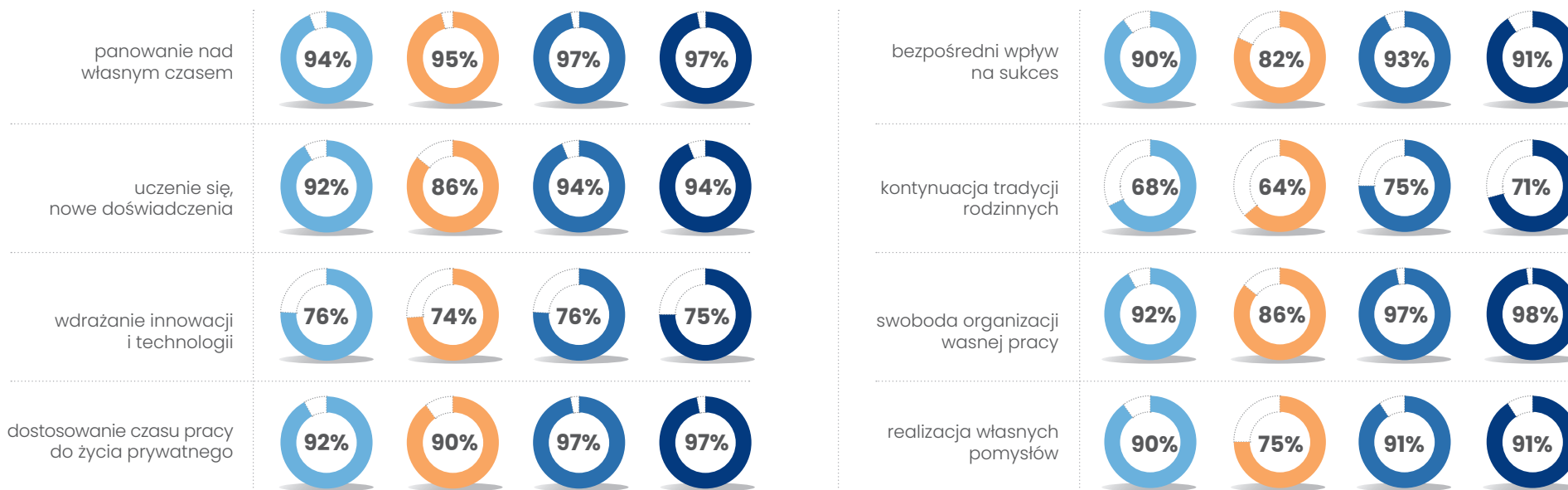
*Klasyfikacja motywów na podstawie pracy: Domurat (2006)

3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY



Motywy wolności i samodzielności

% wskazań „raczej ważne” lub „ważne”*



- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

*Klasyfikacja motywów na podstawie pracy: Domurat (2006)

3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

3.2. Przekonania o ważności wybranych kwestii dla biznesu (ekologia, prawa człowieka etc.)

Uczestnicy oceniali, na ile istotne są następujące obszary dla tworzenia, prowadzenia i rozwijania biznesu:

- tematyka proekologiczna
- prawa człowieka
- zarządzanie różnorodnością (równouprawnienie płci, orientacja płciowa, niepełnosprawność, rasa)
- równowaga między życiem prywatnym a zawodowym („work-life balance”).

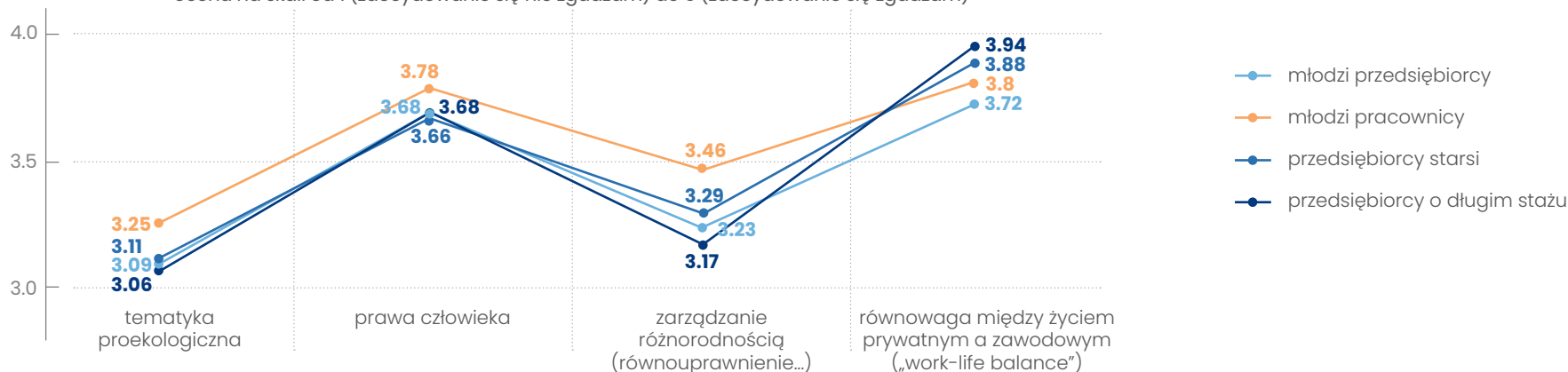
Przedsiębiorcy oceniali znaczenie tych zagadnień w ich własnej działalności, natomiast pracownicy – dla biznesu ogólnie.

Rozważane kwestie są uznawane przez respondentów za umiarkowanie ważne. Oceny co do ich wagi udzielane przez przedsiębiorców młodych są podobne do ocen uzyskanych od przedsiębiorców starszych i tych o dłuższym stażu.

Wszystkim respondentom mniej ważną wydaje się tematyka proekologiczna (średnia ocena 3.20) i zarządzanie różnorodnością (3.29), ważniejsze natomiast wydają się prawa człowieka (3.69) i równowaga między życiem prywatnym a zawodowym (3.80).

Dla tworzenia, prowadzenia i rozwijania biznesu istotne są następujące rzeczy:

ocena na skali od 1 (zdecydowanie się nie zgadzam) do 5 (zdecydowanie się zgadzam)



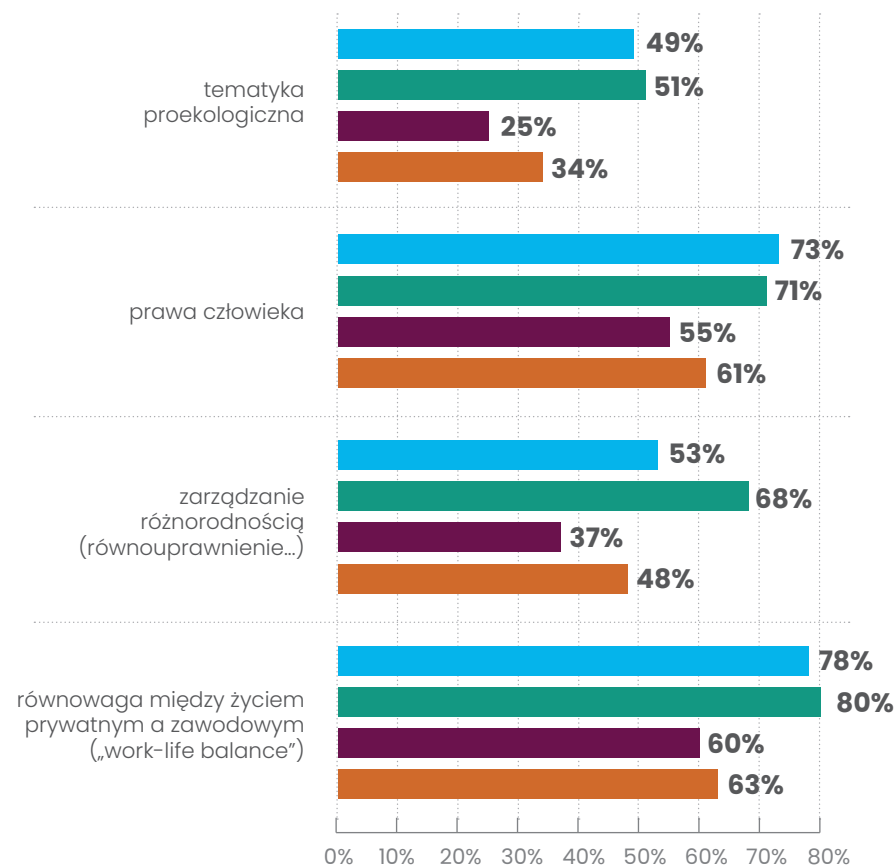
3. CHARAKTERYSTYKA MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

Przedsiębiorcy z konieczności bliżsi są w swych poglądach na temat przedsiębiorczości pracownikom najemnym, a przedsiębiorcy z chęci – przedsiębiorcom potencjalnym, czyli pracownikom z intencjami przedsiębiorczymi. Uznają oni również częściej, że w biznesie istotne są kwestie związane z tematyką proekologiczną, prawami człowieka, zarządzaniem różnorodnością oraz równowaga między życiem prywatnym i zawodowym.

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy potencjalni
- przedsiębiorcy z konieczności
- pracownicy

Dla tworzenia, prowadzenia i rozwijania biznesu istotne są następujące rzeczy:

ocena na skali od 1 (zdecydowanie się nie zgadzam) do 5 (zdecydowanie się zgadzam)



4.

WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE





4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE



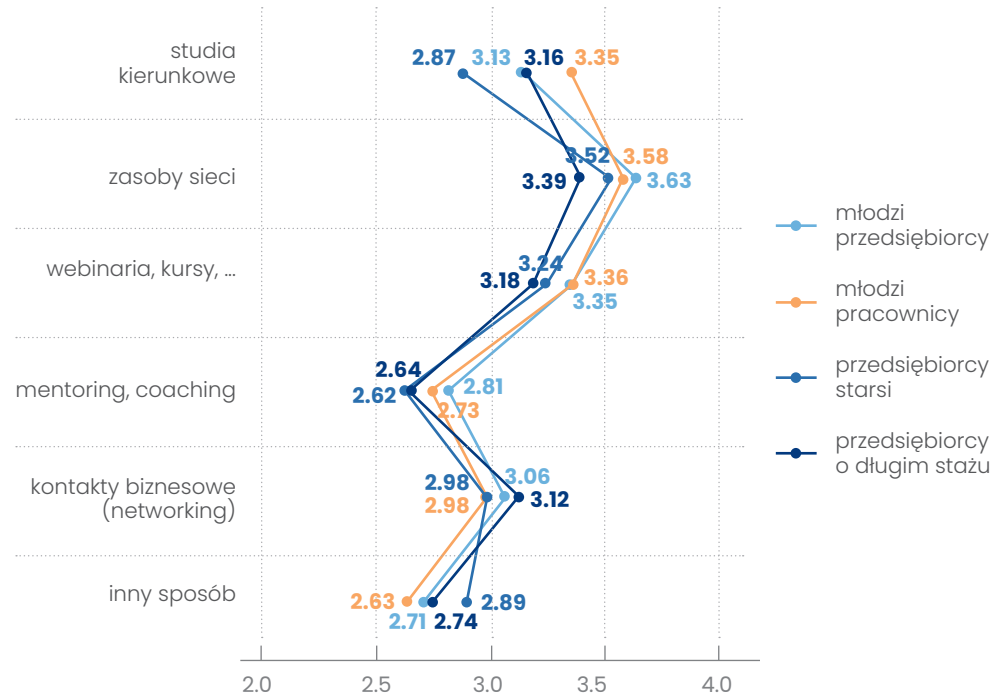
4.1. Sposoby zdobywania wiedzy i kompetencji

Uczestnicy na skali od 1 (zdecydowanie się nie zgadzam) do 5 (zdecydowanie się zgadzam) oceniali sposoby zdobywania i poszerzania nowych kompetencji w zakresie pracy i kariery.

Wśród wszystkich respondentów najpopularniejszym sposobem poszerzania nowych kompetencji w zakresie pracy i kariery są dostępne w sieci kursy, filmy i artykuły (średnia ocena 3.54), kolejnym webinaria, kursy szkolenia i konferencje (3.29), a następnym studia kierunkowe (3.12). Najmniej popularnymi źródłami zdobywania nowych kompetencji są networking, sieć kontaktów biznesowych (3.02) oraz mentoring, coaching i konsultacje biznesowe (2.71).

Źródła zdobywania i poszerzania nowych kompetencji w zakresie pracy i kariery

ocena na skali od 1 (zdecydowanie się nie zgadzam) do 5 (zdecydowanie się zgadzam)



4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE

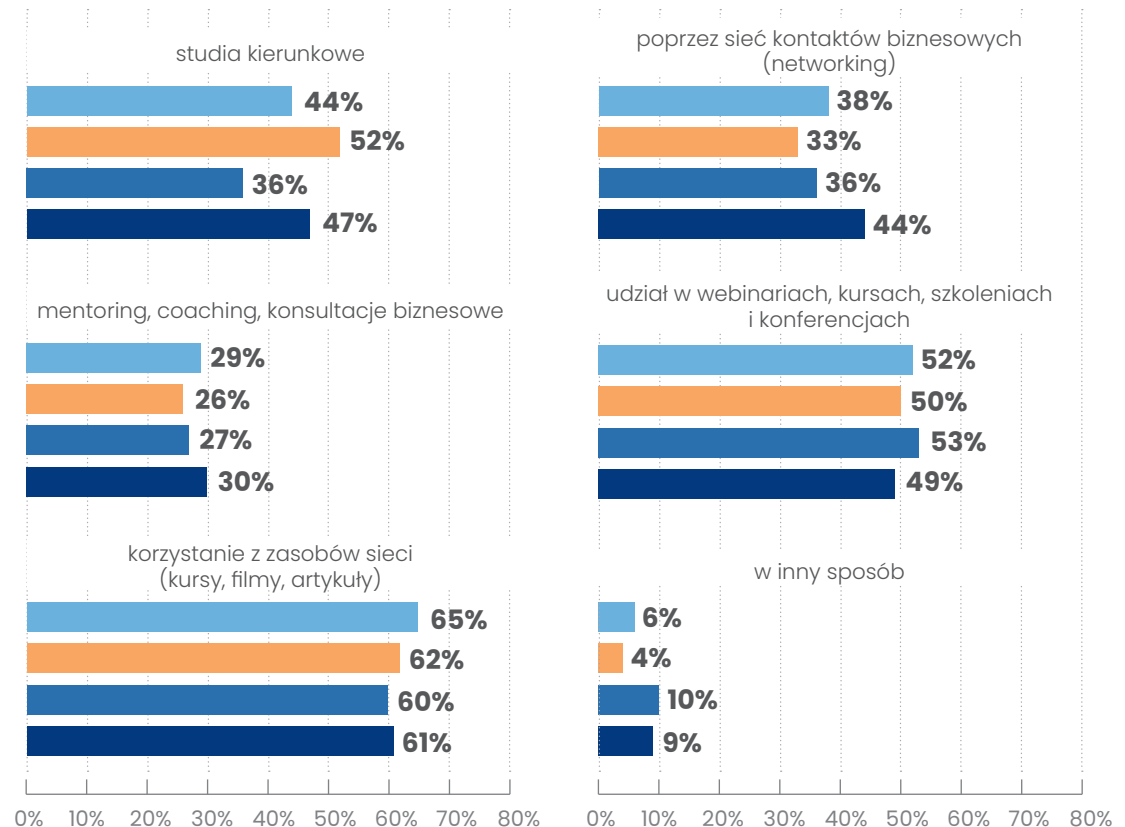
Najczęściej wskazywanym przez młodych przedsiębiorców sposobem zdobywania i poszerzania nowych kompetencji było korzystanie z zasobów sieci (65%) i udział w webinarjach, kursach, szkoleniach i konferencjach (52%), rzadziej – studia kierunkowe (44%) i sieć kontaktów biznesowych, networking (38%).

Młodzi przedsiębiorcy nieco rzadziej niż młodzi pracownicy i przedsiębiorcy o dłuższym stażu wskazywali studia kierunkowe jako sposób poszerzania swoich kompetencji (44% vs. 52% i 47%), ale częściej niż przedsiębiorcy starsi (36%).

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

Źródła zdobywania i poszerzania nowych kompetencji w zakresie pracy i kariery

% wskazań „zgadzam się” lub „zdecydowanie się nie zgadzam”



4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE

Młodzi potencjalni przedsiębiorcy oraz przedsiębiorcy z chęci intensywnie korzystają ze wszystkich możliwych sposobów zdobywania i poszerzania kompetencji.

Najbardziej wykorzystywanymi źródłami są zasoby sieciowe: wskazuje je trzech na czterech przedsiębiorców z chęci lub potencjalnych.

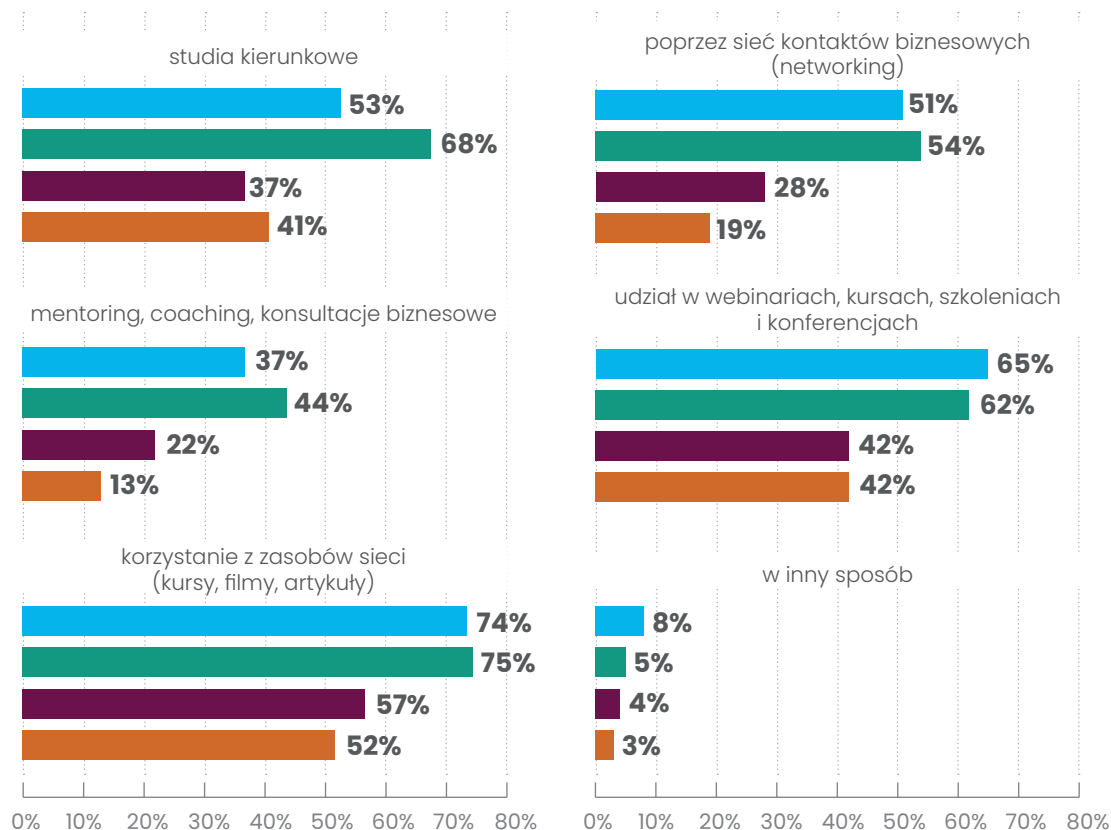
Mniej więcej dwóch na trzech przedsiębiorców z chęci lub potencjalnych bierze udział w webinarach, kursach, szkoleniach i konferencjach.

Znaczenie studiów kierunkowych podkreśla ponad połowa przedsiębiorców z chęci i około dwie trzecie przedsiębiorców potencjalnych, co oznacza, że wiedza akademicka, wbrew powszechnym stereotypom, przydaje się młodym przedsiębiorcom w ich karierze zawodowej.

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy potencjalni
- przedsiębiorcy z konieczności
- pracownicy

Źródła zdobywania i poszerzania nowych kompetencji w zakresie pracy i kariery

% wskazań „zgadzam się” lub „zdecydowanie się nie zgadzam”



4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE

4.2. Obszary zapotrzebowania na wiedzę i umiejętności

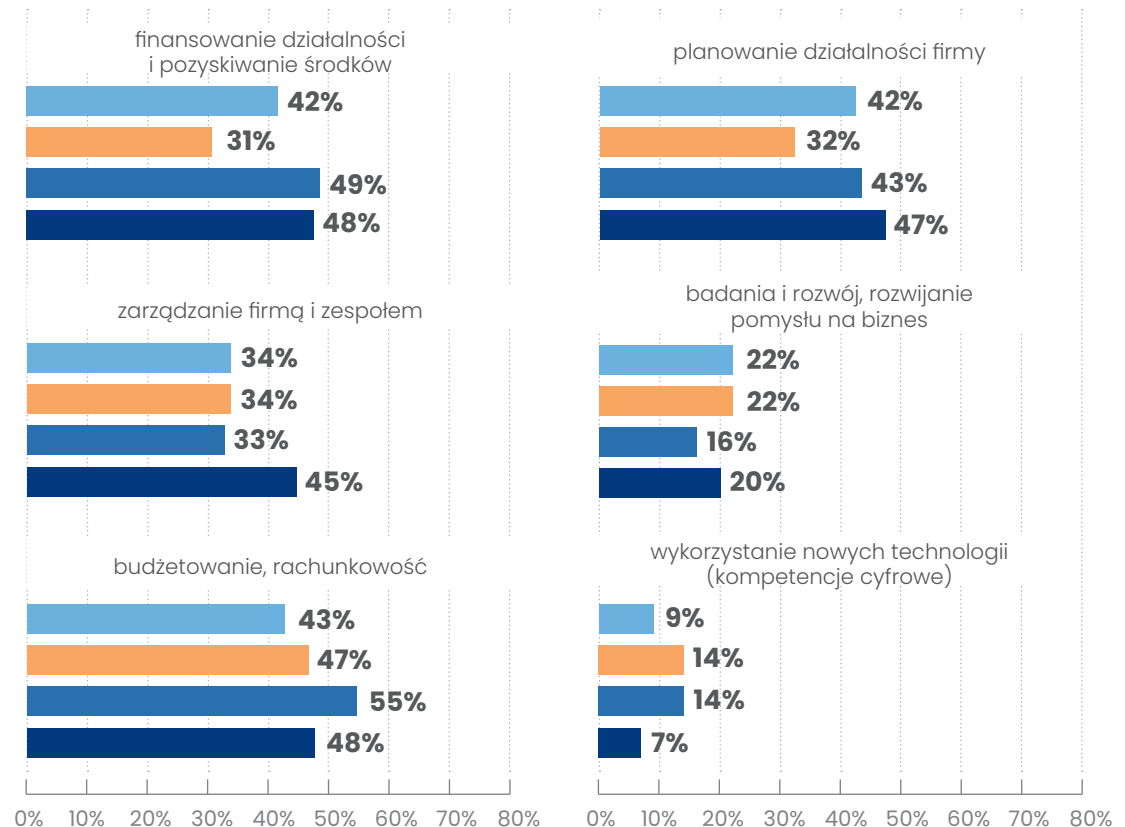
Uczestnicy badania najczęściej wskazywali, że początkującym przedsiębiorcom lub ludziom, którzy chcieliby założyć własną firmę, najbardziej brakuje wiedzy w zakresie:

- prawa pracy, podatkowego itp. (51%) oraz
- budżetowania i rachunkowości (48%),
- finansowania działalności i pozyskiwania środków (43%),
- planowania działalności firmy (40%) oraz zarządzania firmą i zespołem (35%),
- umiejętności budowania relacji biznesowych (21%).

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

W których obszarach najbardziej brakuje wiedzy i umiejętności początkującym przedsiębiorcom?

% osób w grupie wskazujących dany obszar



4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE

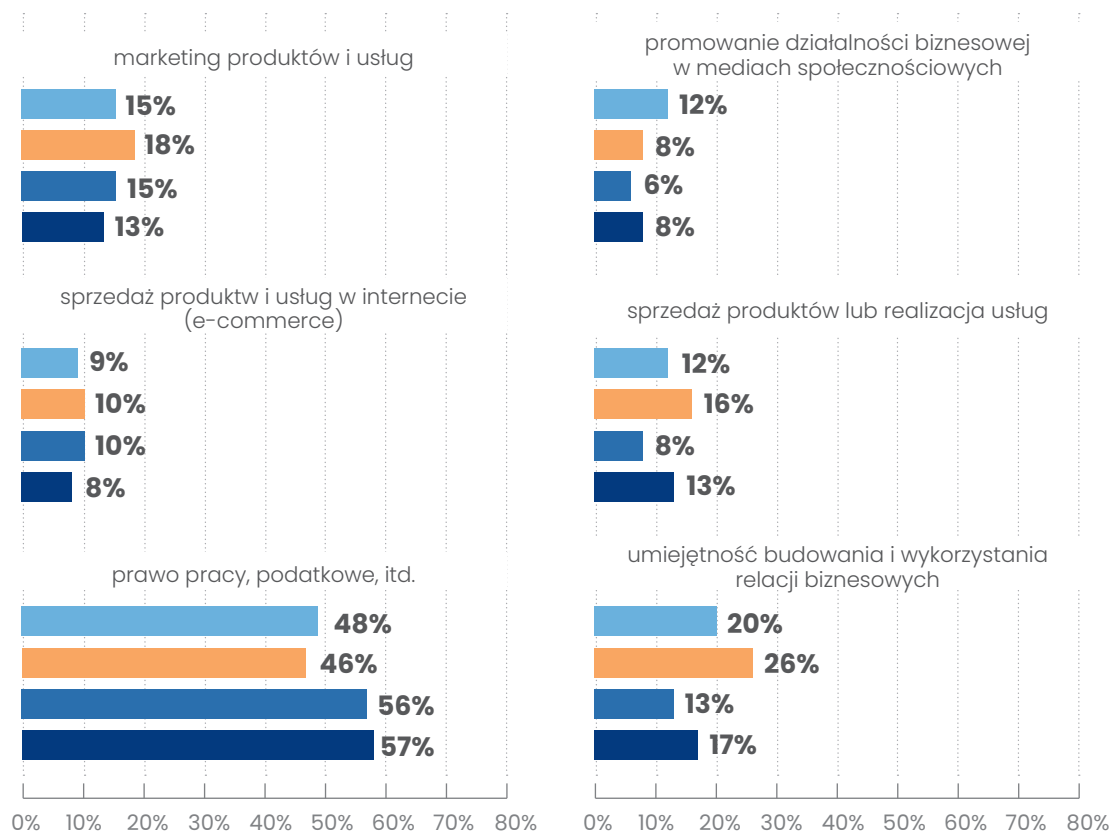
Młodzi przedsiębiorcy najczęściej wskazywali, że początkującym przedsiębiorcom brakuje wiedzy z zakresu prawa (48%), budżetowania i rachunkowości (43%), finansowania i planowania działalności firmy (po 42%), a także zarządzania firmą i zespołem (34%).

W porównaniu do przedsiębiorców starszych i o dłuższym stażu, młodzi przedsiębiorcy wskazywali wymienione kwestie rzadziej np. budżetowanie i rachunkowość 43% vs. 55% i 58%, a prawo 48% vs. 56% i 57%. Przedsiębiorcy starsi i o dłuższym stażu prawdopodobnie mają więcej doświadczeń związanych ze zmianami w prawie, cyklicznością koniunktury i wydarzeniami jednostkowymi takimi jak pandemia, zaburzającymi typowe procesy gospodarcze, przekonujących ich, że troska o finanse i orientacja w przepisach prawa są najważniejsze.

- młodzi przedsiębiorcy
- młodzi pracownicy
- przedsiębiorcy starsi
- przedsiębiorcy o długim stażu

W których obszarach najbardziej brakuje wiedzy i umiejętności początkującym przedsiębiorcom?

% osób w grupie wskazujących dany obszar



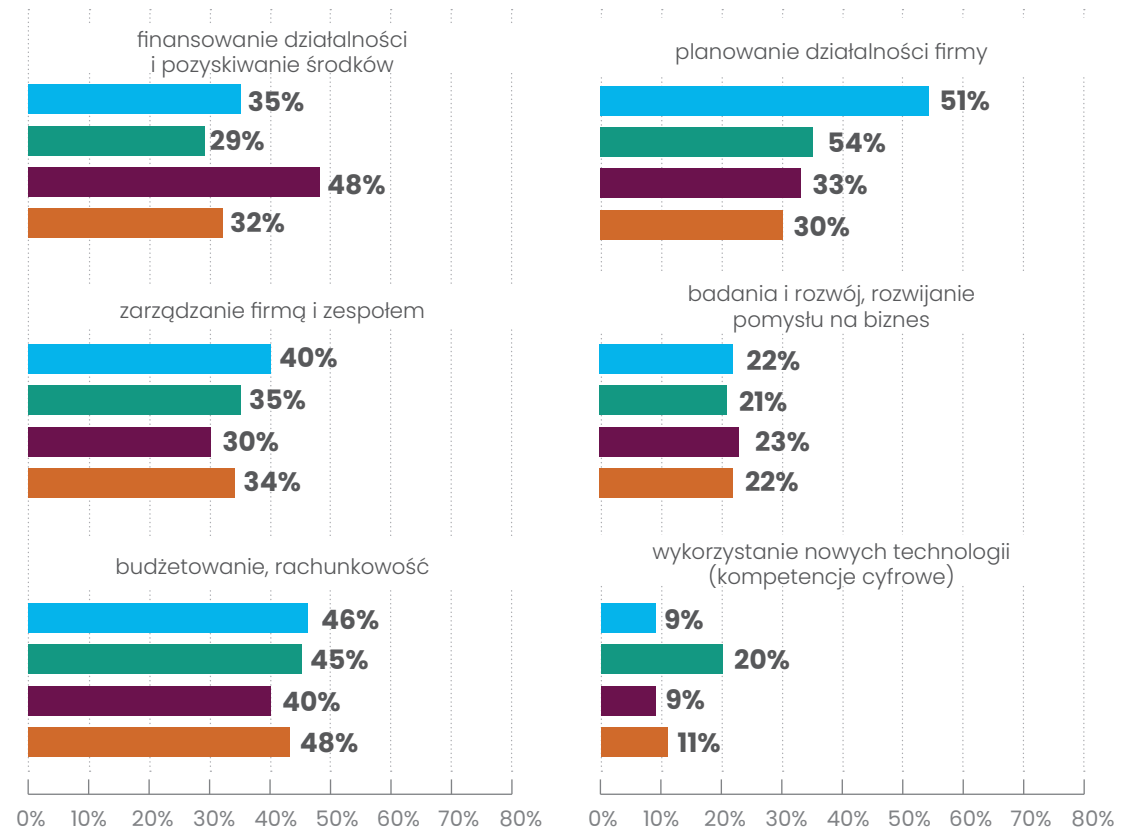
4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE

Różne grupy mogą potrzebować nieco innego rodzaju wiedzy dla prowadzenia swoich biznesów. Młodzi przedsiębiorcy z chęci byli grupą najczęściej zaznaczającą planowanie działalności firmy (54%). Przedsiębiorcy potencjalni częściej w porównaniu do innych grup wskazywali braki wiedzy i umiejętności w zakresie umiejętności budowania relacji biznesowych (36%), wykorzystania nowych technologii (20%), sprzedaży produktów i usług (19%) oraz e-commerce (12%).

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy potencjalni
- przedsiębiorcy z konieczności
- pracownicy

W których obszarach najbardziej brakuje wiedzy i umiejętności początkującym przedsiębiorcom?

% osób w grupie wskazujących dany obszar



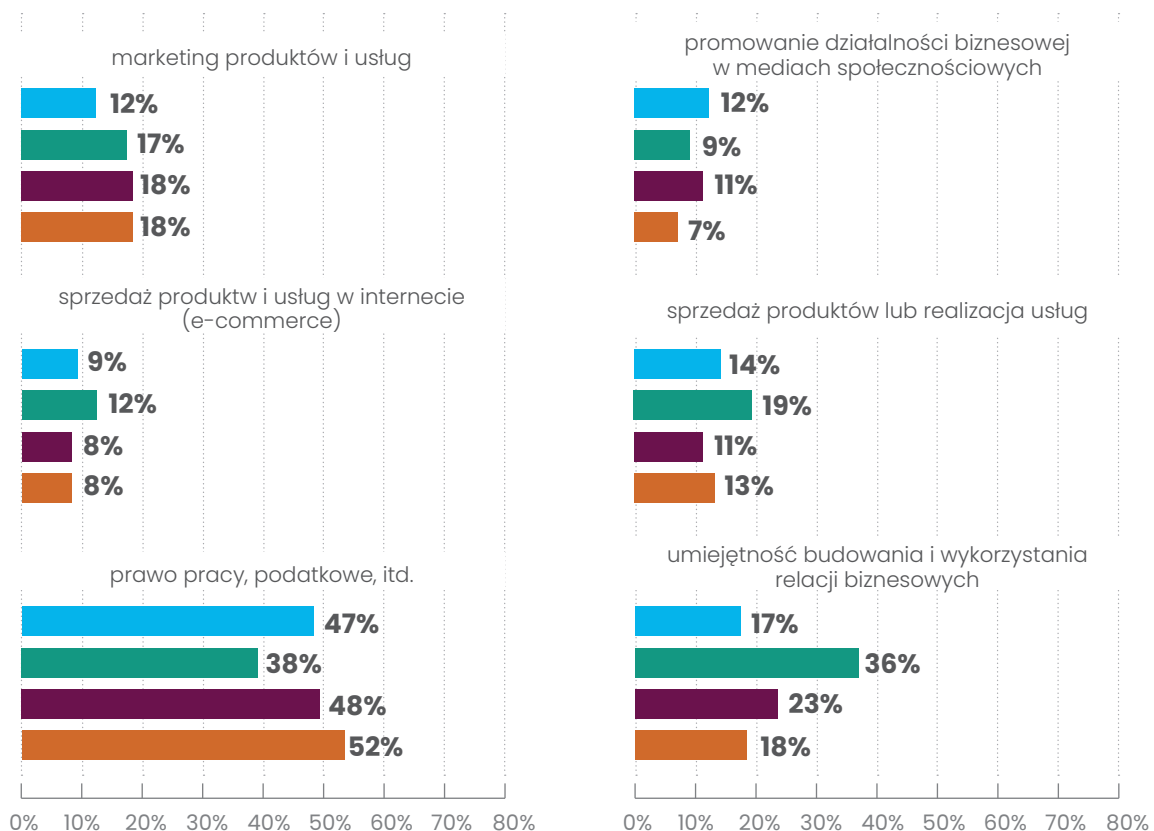
4. WIEDZA POTRZEBNA W BIZNESIE



W których obszarach najbardziej brakuje wiedzy i umiejętności początkującym przedsiębiorcom?

% osób w grupie wskazujących dany obszar

- przedsiębiorcy z chęci
- przedsiębiorcy potencjalni
- przedsiębiorcy z konieczności
- pracownicy



WYDAWCA:

Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

Plac Kasztelański 3, 01-362 Warszawa

www.think.org.pl

© Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!, Warszawa, kwiecień 2022

Badanie jest elementem Programu Rozwoju Przedsiębiorczości realizowanego, przez Fundację Think! w partnerstwie merytorycznym z Fundacją Citi Handlowy im. L. Kronenberga.

Program jest finansowany przez Citi Foundation.

Badanie zostało zrealizowane we współpracy merytorycznej z Centrum Psychologii Ekonomicznej i Badań Decyzji, Akademia Leona Koźmińskiego.

AUTOR RAPORTU:

Dr Artur Domurat, Centrum Psychologii Ekonomicznej i Badań Decyzji, Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie



O AUTORZE:

Psycholog i ekonomista, badacz z Centrum Psychologii Ekonomicznej i Badań Decyzji Akademii Leona Koźmińskiego. Do jego głównych zainteresowań badawczych należą psychologia decyzji, psychologia ekonomiczna oraz metodologia i wnioskowanie statystyczne. Weryfikując powszechne przekonania o tym, jacy są przedsiębiorcy, prowadził badania m.in. nad zależnością między przedsiębiorczością a kreatywnością i innowacyjnością, podejmowaniem ryzyka oraz przekonaniem etycznym odnośnie pracy. Jego zainteresowania naukowe odnoszą się do badania rozmaitych warunków przedsiębiorczości i decyzji inwestycyjnych oraz tematów takie jak racjonalność preferencji, dyskontowanie oraz podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka i niepewności.

KOORDYNACJA MERYTORYCZNA:

Anna Bichta

Małgorzata Polak

Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

REDAKCJA:

Joanna Kluz

Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD:

Iwona Piśmienny-Ścibor



Fundacja Kronenberga

citi handlowy



AKADEMIA LEONA KOŹMIŃSKIEGO



ORGANIZATOR PROGRAMU



PARTNER MERYTORYCZNY



WSPÓŁPRACA



PROGRAM FINANSOWANY ZE ŚRODKÓW CITI FOUNDATION